

TEBEO DIGITAL

AUTORES

ANGÉLICA FONSECA AMADO

SILVIA ELENA HENRIQUEZ QUINTERO

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES

FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO/PUBLICIDAD Y MERCADEO

BOGOTÁ D.C., 2016

TEBEO DIGITAL

AUTORES

ANGÉLICA FONSECA AMADO

SILVIA ELENA HENRIQUEZ QUINTERO

Trabajo de grado – Creación de empresa

Director

Gustavo Adolfo Orjuela Segura

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES

FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO/PUBLICIDAD Y MERCADEO

BOGOTÁ D.C., 2016

CONTENIDO

Pág.

INTRODUCCIÓN

JUSTIFICACIÓN

1 INNOVACIÓN

2 VIABILIDAD DEL PRODUCTO EN EL MERCADO

2.1 Análisis sectorial de la estructuración del mercado (Ventajas y Desventajas).

2.2 Definición precisa de los objetivos que persigue el producto en el mercado.

2.3 Descripción técnica del Producto y/o servicio

2.4 Determinación de la demanda actual y potencial.

- 2.5 Determinación de la oferta actual y potencial.
- 2.6 Identificación de la competencia (Directa e Indirecta)- Principales empresas participantes, Cubrimiento.
- 2.7 Análisis diagnóstico de la estructura actual del mercado.
- 2.8 Estrategias y canales de distribución.
- 2.9 Análisis y estrategias de precios.
- 2.10 Esquemas de promoción y campaña publicitaria.
- 2.11 Diseño y desarrollo conceptualizado y contextualizado de la imagen corporativa de la empresa.
- 2.12 Ciclo de vida del producto.
- 2.13 Mercado objetivo y nido de mercado.
- 2.14 Ventaja competitiva.
- 2.15 Definición de canales de distribución.

2.16 Fijación de precios.

2.17 Análisis de competidores.

2.18 Proyección y Pronóstico de ventas.

2.19 Objetivos a corto, mediano y largo plazo.

2.20 Especificaciones técnicas del prototipo.

2.21 Componentes y elementos del plan de tecnología

3 VIABILIDAD TÉCNICA

3.1 Ficha técnica del producto.

3.2 Descripción del estado de desarrollo del producto.

3.3 Diseño de producto.

3.4 Diagrama de flujo.

3.5 Diagrama de proceso.

3.6 Sistema de producción.

3.7 Equipo e infraestructura requerida (maquinaria y tecnología).

3.8 Procesos de control de calidad, proveedores y cadena de producción.

3.9 Plan de producción.

3.10 Manejo y selección de proveedores.

4 VIABILIDAD ADMINISTRATIVA Y ORGANIZACIONAL

4.1 Organigrama: Presentar los diferentes roles de manera lógica y estructurada.

4.2 Misión, Visión y Objetivos.

4.3 Recursos humanos: proceso de reclutamiento y selección.

4.4 Entrenamiento, número de empleados, descripción de funciones y remuneración.

4.5 Comunicación interna.

4.6 Análisis DOFA

4.7 Características de la propiedad intelectual y de patentes, en caso de necesidad.

4.8 Fortalezas y debilidades del equipo actual.

4.9 Plan de implementación

4.10 Plan de compras

4.11 Entes y/u organismos que apoyen la gestión y desarrollo del proyecto.

5 VIABILIDAD FINANCIERA

5.1 Objetivos a corto, mediano y largo plazo.

5.2 Estados de Ingresos y Egresos.

5.3 Análisis de costos y gastos.

5.4 Inversión inicial y retorno sobre la inversión.

5.5 Flujo de efectivo e indicadores financieros.

5.6 Estados financieros y Balance General.

5.7 Análisis de sensibilidad e índices financieros.

5.8 Fuentes de apoyo financiero.

6 VIABILIDAD LEGAL

6.1 Constitución y legalización de la empresa.

7 VIABILIDAD SOCIAL

7.1 Delimitación del proyecto en el plan de gobierno.

7.2 Delimitación del proyecto en el plan de productividad y competitividad Colombia 2019-2032.

7.3 Integración del proyecto a lineamientos sectoriales.

7.4 Impacto económico, social y ambiental en la región.

8 VALIDACIONES

8.1 Validación Técnica.

8.2 Validación Financiera.

8.3 Validación Comercial.

9 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

LISTA DE GRÁFICAS

Pág.

Gráfica 1.....	18
Gráfica 2.....	19
Gráfica 3.....	21
Gráfica 4.....	24
Gráfica 5.....	25
Gráfica 6.....	25
Gráfica 7.....	26
Gráfica 8.....	27
Gráfica 9.....	29
Gráfica 10.....	30
Gráfica 11.....	34
Gráfica 12.....	37
Gráfica 13.....	39
Gráfica 14.....	45
Gráfica 15.....	50
Gráfica 16.....	51

Gráfica 17.....	52
Gráfica 18.....	53
Gráfica 19.....	54
Gráfica 20.....	55
Gráfica 21.....	58
Gráfica 22.....	61
Gráfica 23.....	71
Gráfica 24.....	74

LISTA DE TABLAS

Pág.

Tabla 1	31
Tabla 2	35
Tabla 3	41
Tabla 4	47
Tabla 5	56
Tabla 6	63
Tabla 7	66
<i>Tabla 8</i>	67
Tabla 9	67
Tabla 10	72
Tabla 11	72
Tabla 12	73
Tabla 13	75
Tabla 14	77
Tabla 15	78

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Proceso de reclutamiento y selección

Anexo 2. Entrenamiento, número de empleados, descripción de funciones y remuneración.

Anexo 3. Estructura financiera

Anexo 4. Alianza estratégica

INTRODUCCIÓN

Tebeo Digital es una agencia que crea estrategias de posicionamiento de marca a través de contenidos animados con la implementación de la tecnología y la creatividad, diseñando un producto adaptado a la necesidad de cada uno de los clientes.

Teniendo en cuenta la demanda del mercado actual en donde 9 de cada 10 empresas invierten aproximadamente el 25% de su presupuesto para pautar en medios digitales, y que nuestro mercado está concentrado principalmente al sector agroindustrial el cual tiene una participación del 11,44% en la inversión de medios digitales en Colombia, deducimos que el marketing de contenidos es viable para ejecutar una idea de negocio. Como referencia cabe resaltar que la inversión total anual en el sector digital al año 2014 fue de \$255.388.896.552 y del cual el sector agroindustrial invirtió más de 12 mil millones de pesos.

Las principales agencias competidoras están desarrollando estrategias que tienen como fin causar proximidad entre la marca y sus usuarios a través de diferentes herramientas de trabajo y productos complementarios para causar mayor impacto a sus clientes. La oferta que ofrece el sector digital y que se tendrá como competencia está estimada en un total de 68 agencias en Bogotá, que realizan actividades en el sector.

Nuestra estructura y nuestro plan estarán enfocados en ser generadores de ideas que cambien el mundo publicitario y sus realidades para posicionarnos en el mercado como una de las

mejores agencias digitales a nivel nacional en producción de contenidos animados y estrategias de marketing digitales que brinden soluciones eficaces a sus clientes.

Con trabajo continuo y organización financiera la estabilidad empresarial se verá reflejada en su totalidad al cuarto año de producción, la compañía en sus primeros años superará su etapa de prueba y lanzamiento mediante el cumplimiento de metas financieras y organizacionales.

De acuerdo a los resultados financieros se evidencia que durante el primer año el punto de equilibrio entre las ventas y los costos será favorable, ya que los costos serán respaldados por las ventas manteniéndonos en un crecimiento leve pero constante. Para el siguiente año la utilidad final será en números negativos, pero a partir del tercer año cumpliendo las estrategias establecidas y los objetivos se verá la recuperación total, donde al cierre del quinto año Tebeo Digital tendrá utilidad final de \$339.335.711

.

JUSTIFICACIÓN

El proceso de creación de empresa más que una opción de grado es una oportunidad para incursionar en el mundo de los negocios, pero para llegar a este campo es necesario realizar una investigación profunda sobre el mercado y las oportunidades que brinda este. A lo largo de este documento se encontrarán los puntos más importantes para la estructuración de la idea de negocio y su respectiva ejecución.

Esta investigación se realizará para detectar, analizar y comprender las oportunidades de negocio que existen en el mercado digital colombiano, a partir del análisis del sector buscaremos plantear las mejores soluciones con sus debidas estrategias para brindar un correcto posicionamiento de sus marcas a través de Tebeo Digital.

1. INNOVACIÓN

Somos una agencia digital que producirá videos animados, basados en una estrategia de posicionamiento de marca previamente realizada por la empresa, como servicio complementario se brindará el apoyo en el desarrollo de dicha estrategia. Generando una sinergia entre las empresas y la sociedad colombiana.

2. VIABILIDAD DEL PRODUCTO EN EL MERCADO

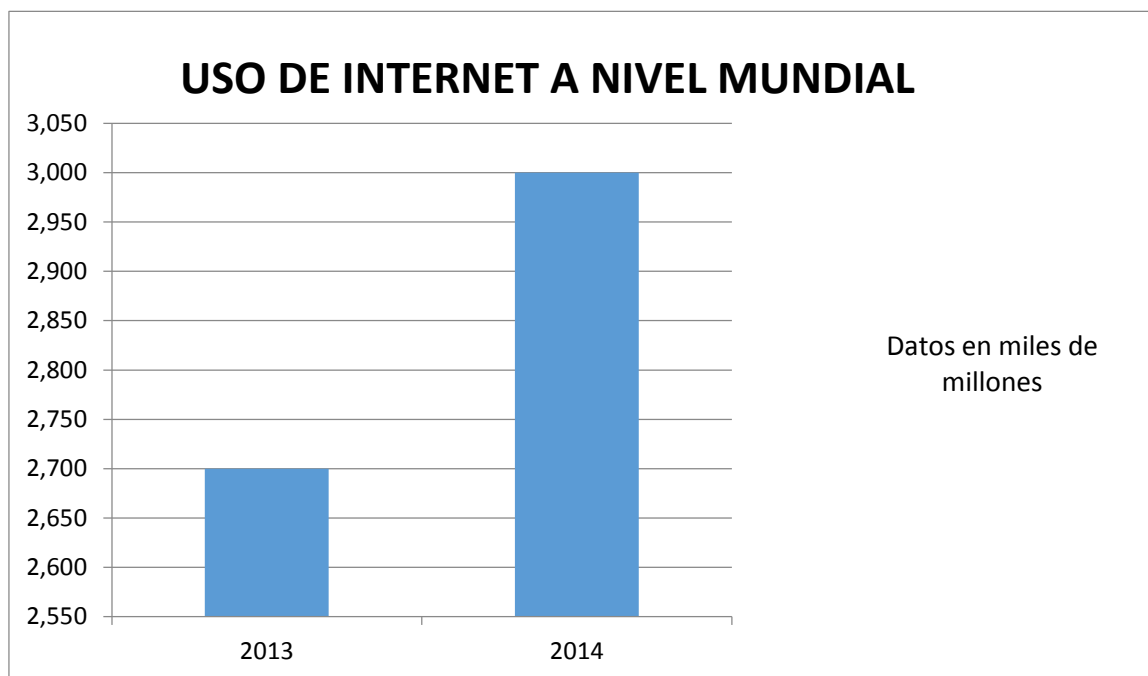
2.1. Análisis sectorial de la estructuración del mercado

A nivel mundial hemos podido observar el crecimiento de las tecnologías, éstas a través del tiempo se han convertido en un fenómeno que ha venido cambiando la mentalidad de las personas, y de una u otra manera haciendo más fácil la vida de las mismas. Esta evolución ha permitido a las industrias tener un acercamiento con la sociedad con el fin de conocer a fondo los requerimientos y necesidades de la población.

De acuerdo al IV Reporte del Sector emitido por MinTIC y según las cifras de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU, por sus siglas en inglés) en el mundo en 2014, 3.000 millones de personas utilizaron internet en comparación con 2700 millones en 2013-1. En el caso de las suscripciones a Internet por tipo de acceso (móvil o fijo), a nivel mundial se observa una tendencia similar a la de los servicios de telefonía en la que la penetración de

servicios móviles es superior a la de servicios fijos, el 43,9% de los hogares tenían Internet en el hogar, lo que refleja un crecimiento del 2,7 puntos porcentuales entre 2013 y 2014.

Gráfica 1



Fuente: Ministerio de las tecnologías y las comunicaciones

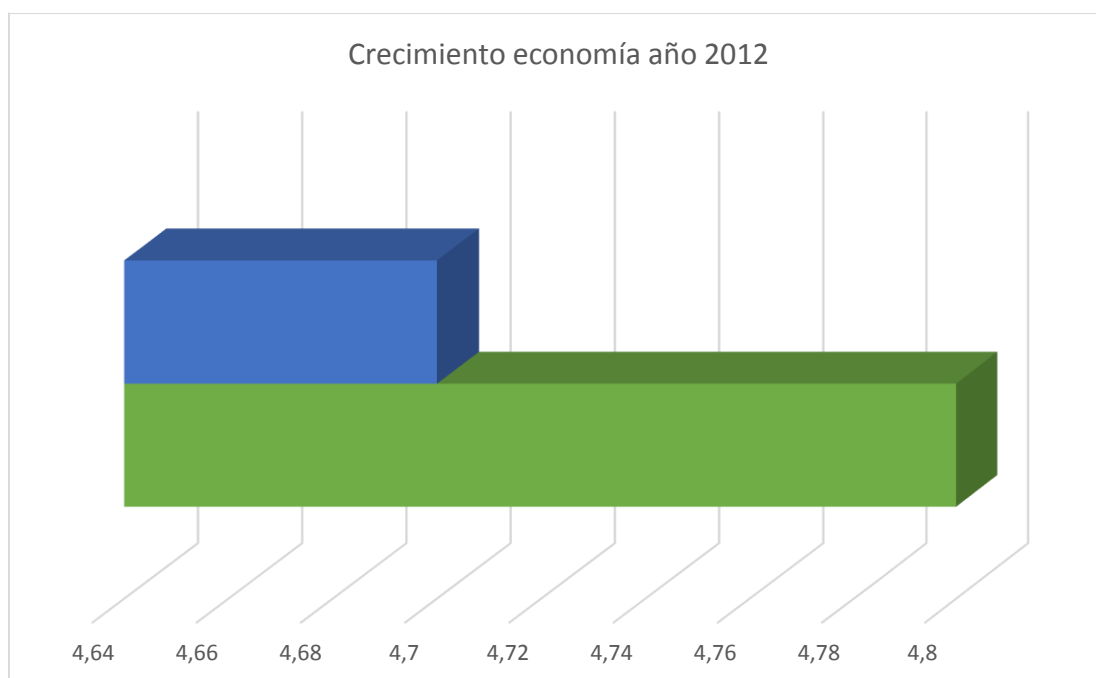
Según el informe de posicionamiento competitivo en América Latina presentado por la Cámara de Comercio de Bogotá, el PIB de la capital colombiana para el 2013 tuvo una participación de 99.746 millones de dólares. En la última década la ciudad creció en promedio un 4,6% según su productividad y su desempeño de las actividades de servicios. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2014).

A nivel nacional el PIB para el primer semestre del 2014 registró un incremento del 5,4% con respecto al mismo periodo del año anterior con un porcentaje de 3,7. Los sectores agropecuario e industrial aportaron al PIB nacional 4,7% con sus tasas de crecimiento positivo. (Ministerio de Industria y Comercio, 2015)

Al año 2012 el departamento de Cundinamarca contaba con una población de 10.2 millones de habitantes, el 22% del país. El crecimiento de la economía del departamento con un 4,8% fue simultánea a la del país que ha mantenido un crecimiento promedio del 4,7%.

Entre los diversos sectores económicos que aportaron al crecimiento del departamento, queremos destacar el agropecuario e industrial que tuvieron una participación en el PIB nacional con un total del 39% reflejado en 4.529 millones de dólares. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2013)

Gráfica 2



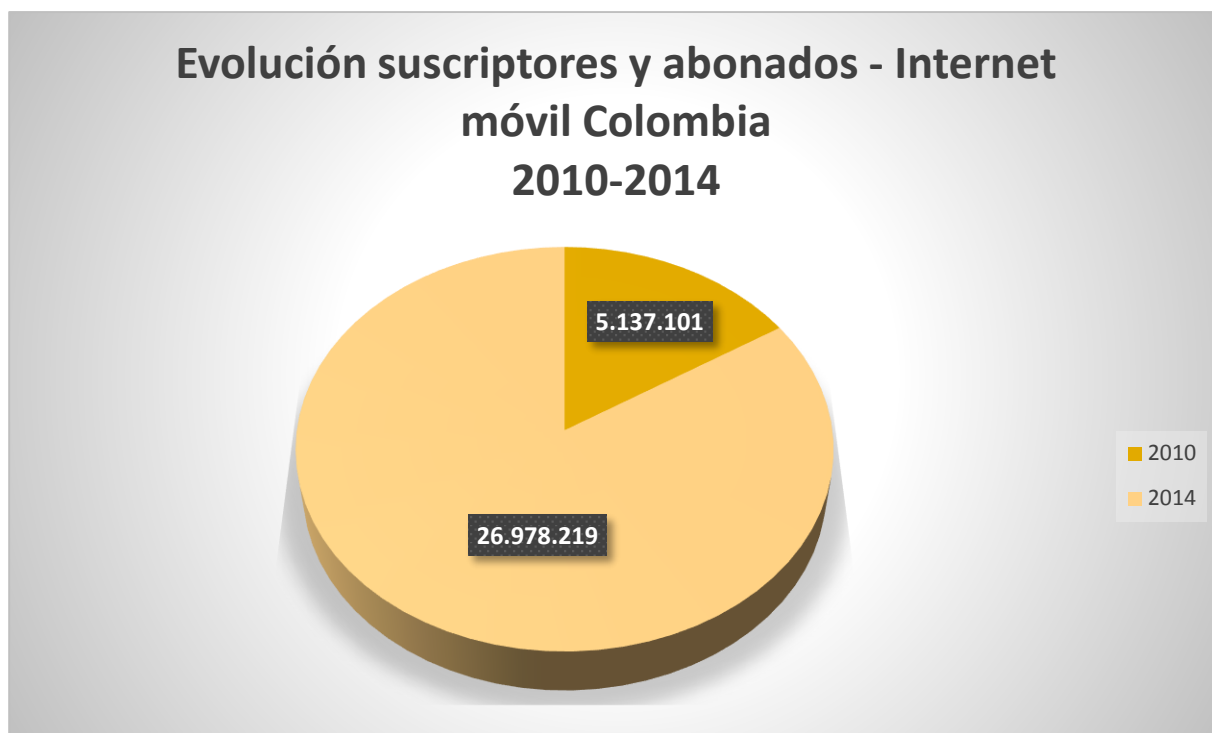
Fuente: Cámara de comercio de Bogotá

De acuerdo al reporte de la Internet Architecture Board Colombia (IAB Colombia) del 2014, el sector agroindustrial ha invertido en un alto porcentaje en medios digitales con una

participación del 11,44%, representado en una inversión de \$12.801.169.372 aproximadamente.

Entre 2010-2014, el número total de usuarios de Internet móvil (abonados y suscriptores) registró un crecimiento de aproximadamente cinco veces. Se pasó de un total de 5.137.101 usuarios en el primer trimestre de 2010 a un total de 26.978.219 usuarios en el cuarto trimestre de 2014. Este crecimiento significativo que se experimentó en los últimos años con respecto al número de accesos a Internet móvil, permitió que la penetración de Internet móvil en Colombia pasará del 11% al 56,6%, entre el primer trimestre del 2010 y el cuarto trimestre del 2014. (MinTIC, 2015)

Gráfica 3



Fuente: Ministerio de las tecnologías y las comunicaciones

2.2. Definición precisa de los objetivos que persigue el producto en el mercado

2.2.1. Objetivo general

Lograr el posicionamiento adecuado para las marcas de pequeñas y medianas empresas del sector agroindustrial, utilizando la producción audiovisual animada, basados en las estrategias previamente planteadas.

2.2.2. Objetivos específicos

Generar experiencias mediante estos contenidos animados para producir vínculos emocionales con las marcas.

Buscar aliados que impulsen el proyecto.

Atraer a las empresas que estén interesadas en relanzar su marca.

Implementar las herramientas tecnológicas para la construcción de la estrategia que se llevará a cabo por nuestra empresa.

Generar fuentes de ingreso a través de la generación de contenidos.

Recrear las historias de las marcas a través de las nuevas tendencias tecnológicas.

Sensibilizar al sector agroindustrial sobre las necesidades de realizar procesos adecuadamente para mitigar el impacto ambiental con cada uno de estos desarrollos.

Evidenciar las normativas sobre derechos de autor, intimidad y privacidad de los productos entregados.

2.3. Descripción técnica del Producto y/o servicio.

Tebeo Digital se especializará en la producción audiovisual animada, con vídeos de 30 a 90 segundos para el posicionamiento de marca, este servicio está dirigido a empresas del sector agroindustrial que tengan sede principal en la ciudad de Bogotá.

2.4. Determinación de la demanda actual y potencial

Para el cuarto trimestre del 2015, la Cámara de Comercio de Bogotá reportó más de 400.000 empresas registradas de todos los sectores económicos de las cuales el 87% son microempresas (350.265) por otra parte un 9% está conformado por pequeñas empresas (38.151) y el 3% representa (10.533) medianas empresas. Apoyándonos en estos valores identificamos 398.949

empresas como clientes potenciales de acuerdo a su clasificación empresarial. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2015)

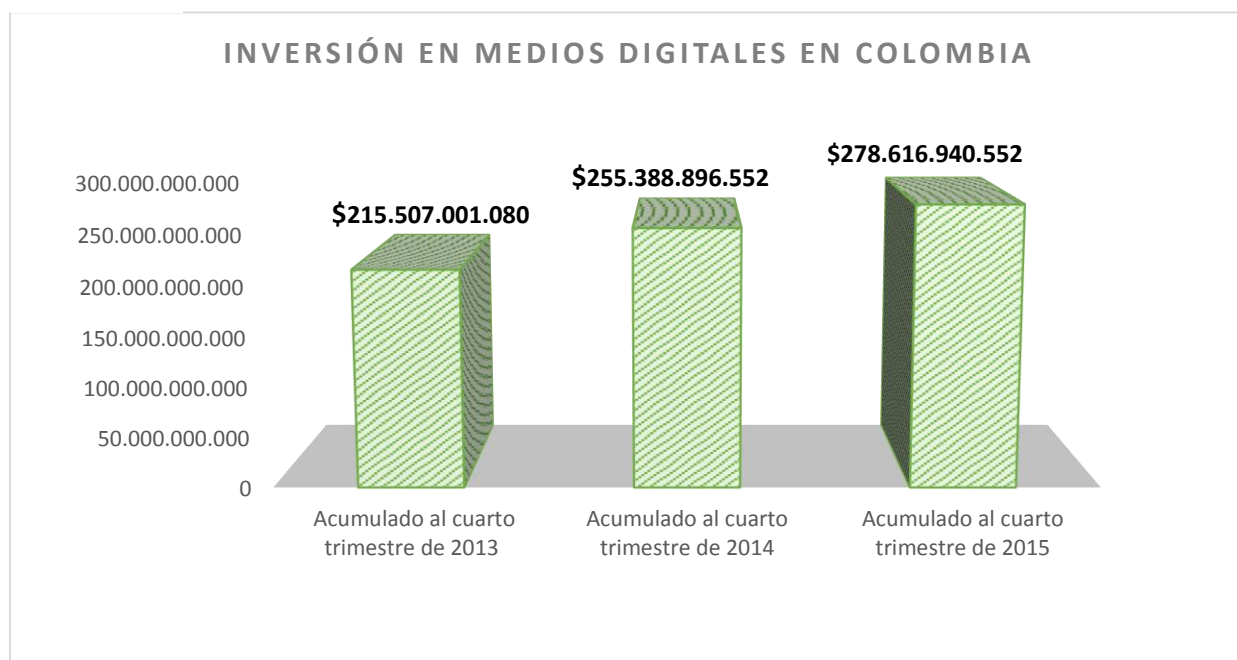
De igual forma reportó que de las 400.000 empresas más de 30.000 pertenecen al sector agropecuario y agroindustrial, de las cuales un 83% están ubicadas en Bogotá y el 17% restante se distribuyen en el resto de la región. (Cámara de Comercio de Bogotá, s.f.)

Por otra parte en un artículo publicado por Puro Marketing, en el cual comparten una infografía realizada por Express Writers, 9 de cada 10 empresas están invirtiendo alrededor del 25% de su presupuesto apostándole a este medio y visualizando un incremento de esta inversión. (Puro Marketing, 2015)

“Las empresas están más afianzadas a invertir su presupuesto de acuerdo a resultados que se han venido verificado. El 61% de los consumidores son más propensos a comprar de una marca que comparta contenidos, y el 67% de las empresas business to business empiezan a incrementar sus leads cuando empiezan a crear contenidos. Adicional a esto muchos consideran el contenido como la práctica SEO más efectiva”. (Marketing Online, 2015)

De acuerdo a los estudios realizados por IAB Colombia, se observa que la inversión en medios digitales de las empresas colombianas ha tenido un incremento considerable en los últimos años. Entre el año 2013 y 2014 hubo una variación del 18,51%, siendo la inversión al cuarto trimestre 2013 \$215.507.001.800 y al cuarto trimestre 2014 de \$255.819.008.583, para el 2015 se presentó una variación de 13,47 con respecto al año anterior con un monto acumulado hacia el cuarto trimestre de \$278.616.940.552.

Gráfica 4



Fuente: Ministerio de las tecnologías y las comunicaciones

Adicionalmente, como dato relevante la IAB compartió un estudio realizado por Trade Marketing Lead de Microsoft Advertising Latinoamérica junto con Flamingo Research & Ipsos OTX. En el cual se evidencia que cada persona en Colombia cuenta con 4 dispositivos conectados entre: televisor, móvil, tablet, PC.

Por su parte la revista Publicidad & Mercadeo publicó un artículo donde presenta algunos de los resultados de un estudio realizado por IMS (Internet Media Services), el cual refleja las tendencias y hábitos de consumo de video digital de los colombianos.

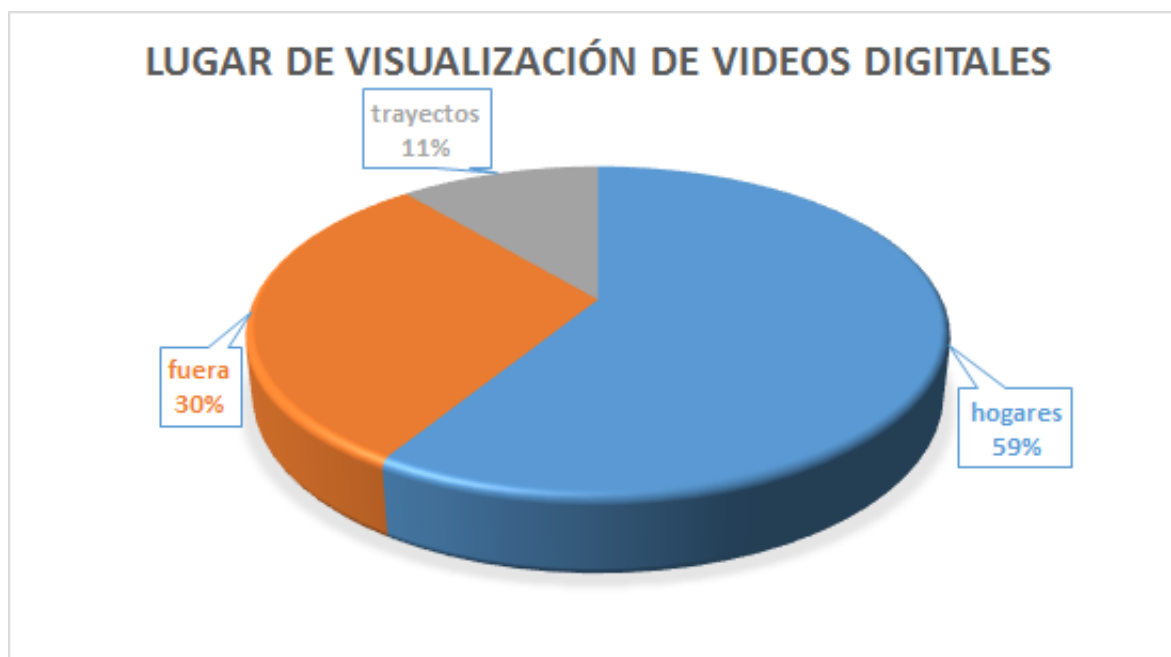
Estos resultados evidencian que Colombia cuenta con 15,6 millones de usuarios conectados a internet dentro de los cuales el 86,5% mira videos digitales, usando semanalmente 13,3 horas de su tiempo destinado a este pasatiempo. Siendo los medios más usados las redes sociales, sitios especializados y las apps de teléfonos móviles. (Publicidad & Mercadeo, 2016)

Gráfica 5



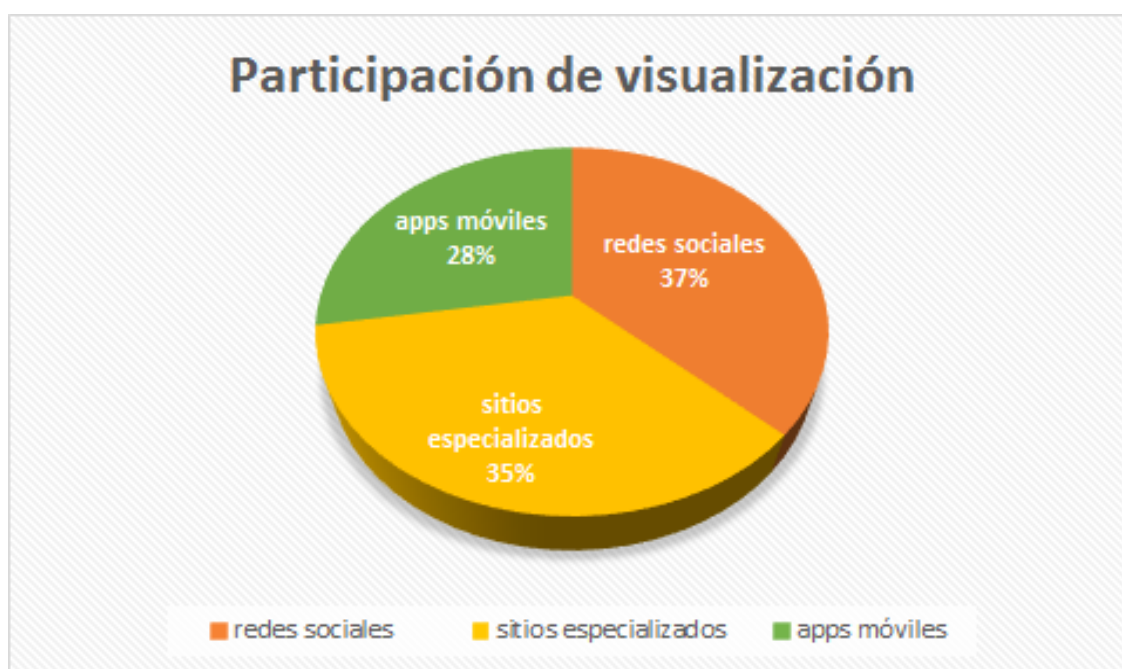
Fuente: Publicidad & Mercado

Gráfica 6



Fuente: Publicidad & Mercadeo

Gráfica 7



Fuente: Publicidad y Mercadeo

2.5. Determinación de la oferta actual y potencial

Según el informe de posicionamiento competitivo de Bogotá, destaca que a nivel Latinoamérica durante el 2014 Bogotá aumentó su participación empresarial pasando del quinto al cuarto puesto con un porcentaje de 16,4 según el ranking de ciudades globales elaborado por la consultora internacional A.T Kearney.

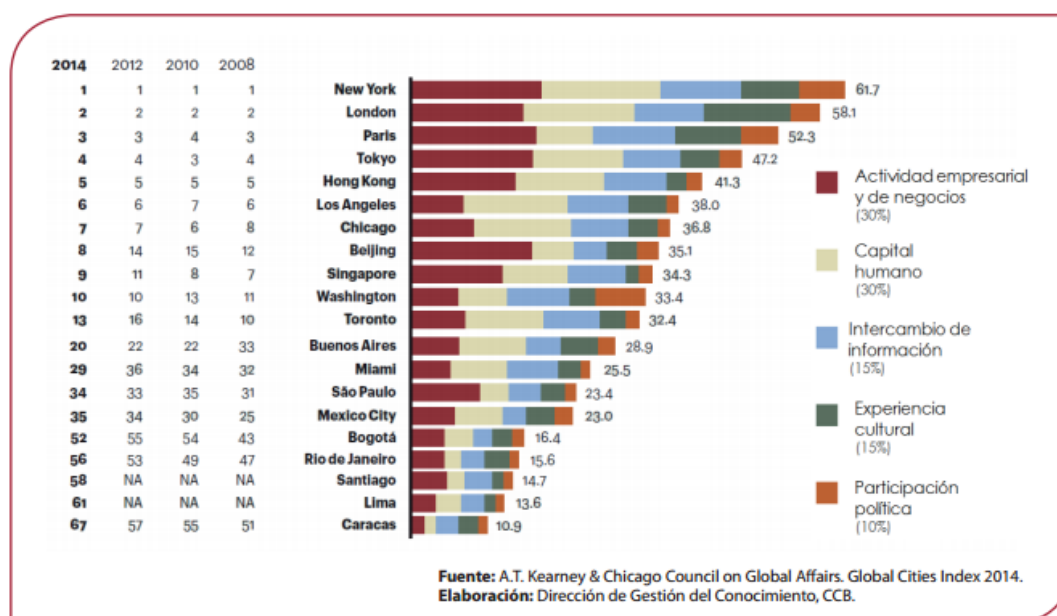
“Adicionalmente, en el ranking del 2014, Bogotá es reconocida por empresarios y ejecutivos como la cuarta ciudad para hacer negocios y la quinta más importante para vivir y trabajar.”

Debido a su gran dinámica productiva, *“en Colombia, la capital es el motor de la economía nacional por el tamaño y la dinámica de sus actividades productivas, es el mayor mercado de trabajo (más de 4 millones de ocupados) y la plataforma empresarial más importante del país*

(más de 300 mil empresas, el 29% de las registradas).” (Cámara de Comercio de Bogotá, 2014)

Bogotá ha ganado su posicionamiento gracias a sus actividades empresariales y de negocios junto al capital humano con un porcentaje del 30% cada factor, por su parte las actividades culturales y el intercambio de información tuvieron una participación del 15% cada una para el posicionamiento de la ciudad, por último la participación política atribuyó un 10% generando así que Bogotá alcanzara el puesto número 52 a nivel mundial.

Gráfica 8

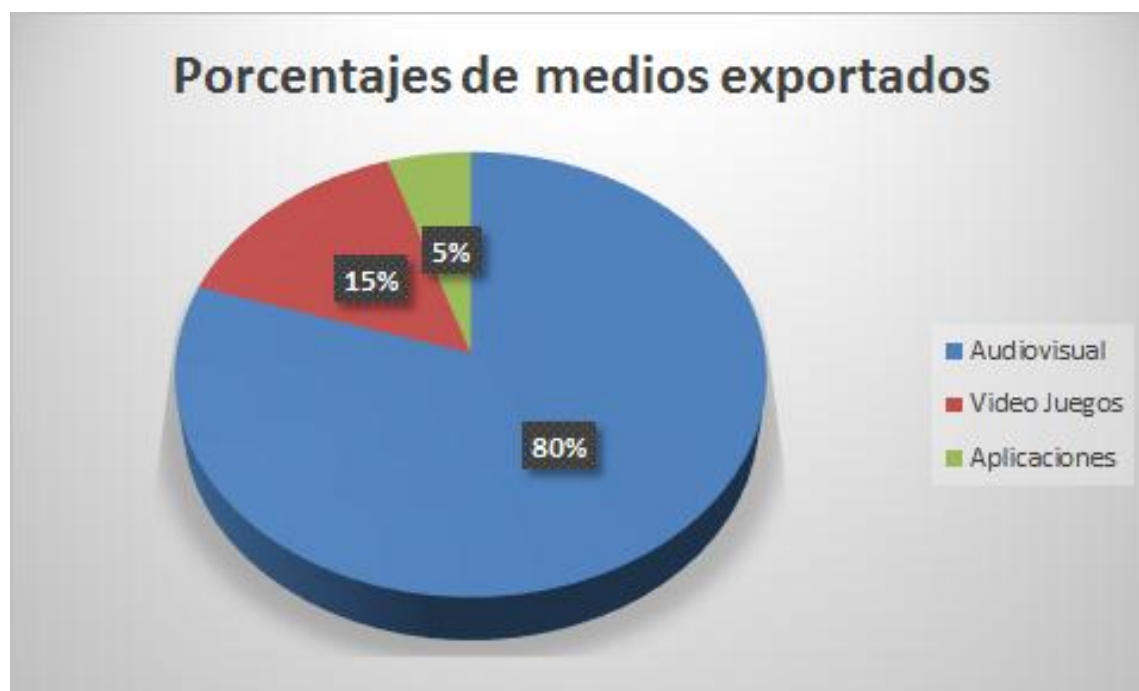


Entre 20 ciudades emergentes a nivel mundial, Bogotá se ubicó en el puesto número 7 con un porcentaje de 49.2% siendo una de las cuatro únicas ciudades latinoamericanas incluidas en el ranking realizado por A.T. Kearney & Chicago Council on Global Affairs, las otras tres ciudades que se lograron posicionar en el estudio fueron Sao Paulo en el 4 lugar, Rio de Janeiro en el 6 y Caracas en el número 20.

Por otra parte de acuerdo al directorio especializado ABC Publicitario al segundo trimestre del 2016 existen a nivel nacional 68 agencias digitales las cuales identificamos como competencia directa. Aquí nombraremos y analizaremos 5 dentro de los cuales 3 de estas fueron finalistas de los premios Effie 2015 de acuerdo un artículo publicado por El Tiempo, estos galardones que se otorgan a las agencias sobresalientes y da como resultado el mejor ranking a nivel mundial, adicionalmente se mencionan 2 agencias especializadas en la generación de estrategias a través de videos animados, las que mencionaremos a continuación

Adicionalmente, según datos del Ministerio de las Tecnologías y las Comunicaciones, en el 2014, los medios digitales como el cine y la televisión junto a la animación lideraron el porcentaje de las exportaciones con el 80%, el 20% restante se dividió entre los videojuegos con el 15% y el 5% correspondió a las aplicaciones.

Gráfica 9



Fuente: Ministerio de las tecnologías y las comunicaciones

Desde el 2010, gracias a él Plan Vive Digital esperan que las cifras de exportaciones se cuadrupliquen, con 12 millones de dólares en exportaciones desde esta fecha hasta una proyección de 50 millones de dólares hasta el 2016.

Gráfica 10



Fuente: Ministerio de las tecnologías y las comunicaciones

Como muestra de este incremento, se resaltan los montos obtenidos por las exportaciones:

2012: \$ 17.635.325 USD

2013: \$ 29.000.000 USD

2014: \$ 37.222.073 USD

De igual manera demarcan los países a los que Colombia ha exportado contenidos digitales durante el 2012, 2013 y 2014 dentro de los cuales mencionamos los más sobresalientes: Estados Unidos, México, Francia, España y Ecuador. (Ministerio de las Tecnologías y Comunicaciones, 2015)

Por otra parte en referencia a los productos agropecuarios, la región de Bogotá-Cundinamarca exportó el 24% del valor total de las exportaciones en el 2013, es decir que la región exportó 4.921 millones de dólares. (DANE, 2013)

2.6. Identificación de la competencia (Directa e Indirecta)- Principales empresas participantes, Cubrimiento.

2.6.1. Competencia Directa

Según un artículo publicado por la revista P&M las empresas de producción de vídeo registradas antes la superintendencia de sociedades fueron 33 y en el subsector de promo y activaciones fue de 65 frente a un total de 411 empresas de la industria de las comunicaciones publicitarias.

Oruga Touching Dreams, Spiral Films, Video Móvil, Sístole y Mass Digital son algunas de las agencias que se encuentran ubicadas en la ciudad de Bogotá. Estas agencias tienen en común la búsqueda de posicionamiento de marca de diversas empresas, empleando diferentes estrategias de marketing digital, basando su estrategia en las necesidades que tienen los usuarios hacia sus clientes.

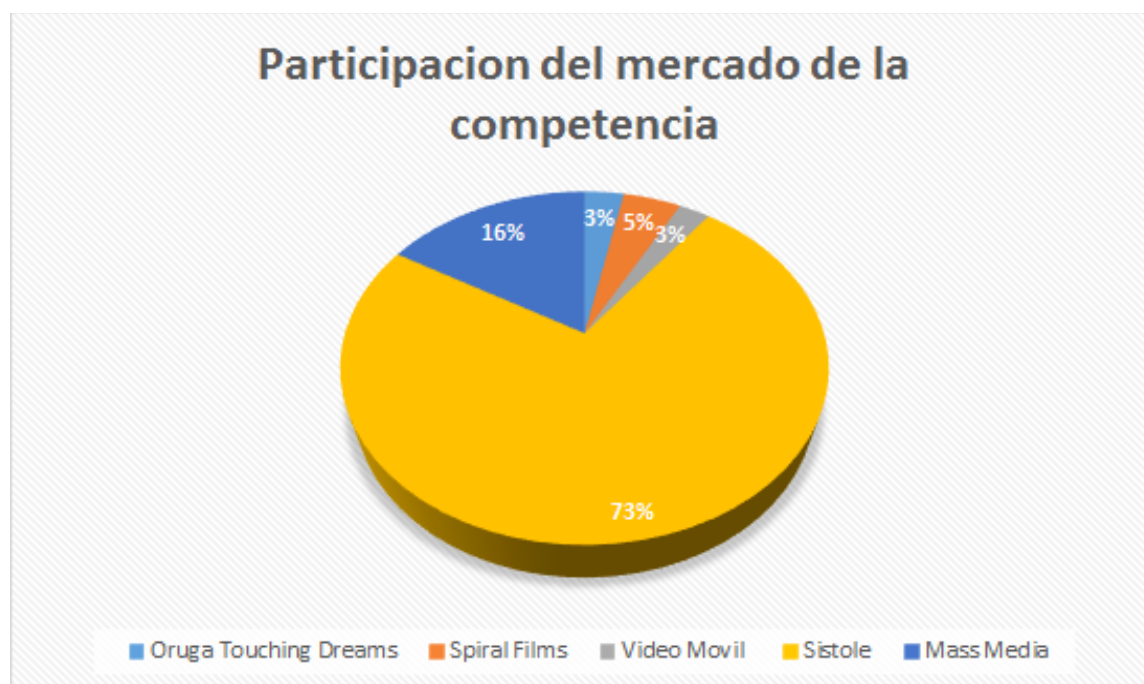
Tabla 1

Agencia	Ubicación	Estrategia	Experiencia
Oruga Touching Dreams	Carrera 16 # 85 - 12, Bogotá	Servicios de producción, con alto impacto narrativo, técnico y artístico, desde la creación de conceptos, personajes y universos, hasta la producción y postproducción en diversas técnicas.	Más de 8 años. Clientes: Fanta, Alqueria, Colciencias, Copa Airlines.

Spiral Films	Carrera 1A # 11 - 130, Bogotá	Alta capacidad creativa y un constante cuidado de los detalles en lo que hacemos; respondiendo a una comunicación directa y personalizada de nuestros clientes y sus agencias. Valoramos las necesidades de nuestros clientes haciendo que sus ideas se hagan realidad.	15 años de experiencia. Clientes: Visee, KFC, Aldona, Une, Telefónica, entre otros.
Video Movil	Calle 93B # 18 - 12, Bogotá	Tecnología y cumplimiento en la realización de audiovisuales, comerciales, animación 2D-3D, videos 3D, composición y efectos especiales, programas de T.V., contenido y doblajes. Productora experta en temas sociales.	Cuenta con más de 35 años de experiencia. Clientes: Tigo, Quala, Ministerio de Educación, Alkosto, Icetex, Chalver Laboratorios, Unilever, Cerrejón, entre otros.
Sístole	Calle 99 #7A-77, Piso 3 Bogotá	SHOPPER CENTRIC CREATIVITY forma de interpretar la realidad, de pensar, de crear y de actuar centrada en el comportamiento	Más de 10 años. Clientes: Cancillería, Corona,

		de las personas en el momento en que toman la decisión de elegir a quien comprarle, inspirándolo, sorprendiéndolo, sin interrumpir y sin imponer.	Cromatic, Fundación La Rueda Rueda, Grupo de Energía de Bogotá, Huawei, Nutresa, Tigo Une, Susana y Elvira, entre otros.
Mass Digital	Cra 9a # 80 - 15, Bogotá	Saben y conocen la forma tradicional de hacer publicidad pero también son creadores de nuevas experiencias para el consumidor en el mercado. Desarrollan nuevos espacios digitales con ideas grandes para las marcas, creando la mejor solución por medio de experiencias innovadoras para el consumidor.	Más de 8 años. Clientes: Corona, Diageo, AXE, Burger King, Frito Lay, Rexona, Amarilo, Grival, entre otros.

Gráfica 11



Fuente: Ministerio de las tecnologías y las comunicaciones

2.6.2. Competencia Indirecta

En la competencia indirecta podemos encontrar 364 empresas de publicidad ATL y BTL este dato basado en las agencias afiliadas al ABC publicitario, las cuales buscan de igual manera el posicionamiento de las marcas, pero usando otras alternativas de comunicación.

2.7. Análisis diagnóstico de la estructura actual del mercado

En la actualidad existe un mercado potencial de 15,6 millones de personas que ven videos digitales, en este momento este mercado está siendo cubierto en la ciudad de Bogotá por 68 agencias especializadas en el sector digital, adicionalmente la inversión en medios digitales de las empresas del sector agroindustrial al cual nos queremos dirigir está invirtiendo el 11,44%

del total de la inversión representado en \$12.801.169.372 en estos medios. Teniendo el sector digital un crecimiento del 4,6% anual aproximadamente pasando de un 11,84% en el 2014 a un 14,42% en el 2015 de acuerdo a la IAB Colombia, por lo cual consideramos que nuestro negocio es viable y productivo.

Brindaremos un servicio directo dirigido a las empresas del sector agroindustrial generando estrategias de marketing mediante contenidos digitales para alcanzar un posicionamiento de las marcas a través de animaciones. Se planteará la estrategia y la producción del video el cual será distribuido en las plataformas digitales establecidas por cada uno de los clientes de acuerdo a sus necesidades en medios digitales. Las historias serán adaptadas a las diversas necesidades de los clientes, teniendo como referente la vida cotidiana de los consumidores para que se sientan identificados con la marca.

Tabla 2

Mejores agencias digitales Colombianas en el mundo	Qué ofrecen	Cuáles son las agencias más fuertes en ventas	Cuáles son las más débiles en ventas
Geometry Global	Publicidad, Inversión de Medios, Datos de gestión de inversiones, Relaciones públicas,	Vision y Marketing S.A.S	Signal Marketing Ltda.

	branding, marketing relacional, especialista en comunicaciones.		
Ariadna	Media mix, comunicación creativa para cada audiencia, plataformas tecnológicas y canales de mercadeo.	Sístole	The Line Group
Sístole	SHOPPER CENTRIC CREATIVITY forma de interpretar la realidad, de pensar, de crear y de actuar centrada en el comportamiento de las personas.	Mejía & Asociados	Ziel S.A.

2.8. Estrategias y canales de distribución

Nos enfocaremos en un modelo de distribución directa.

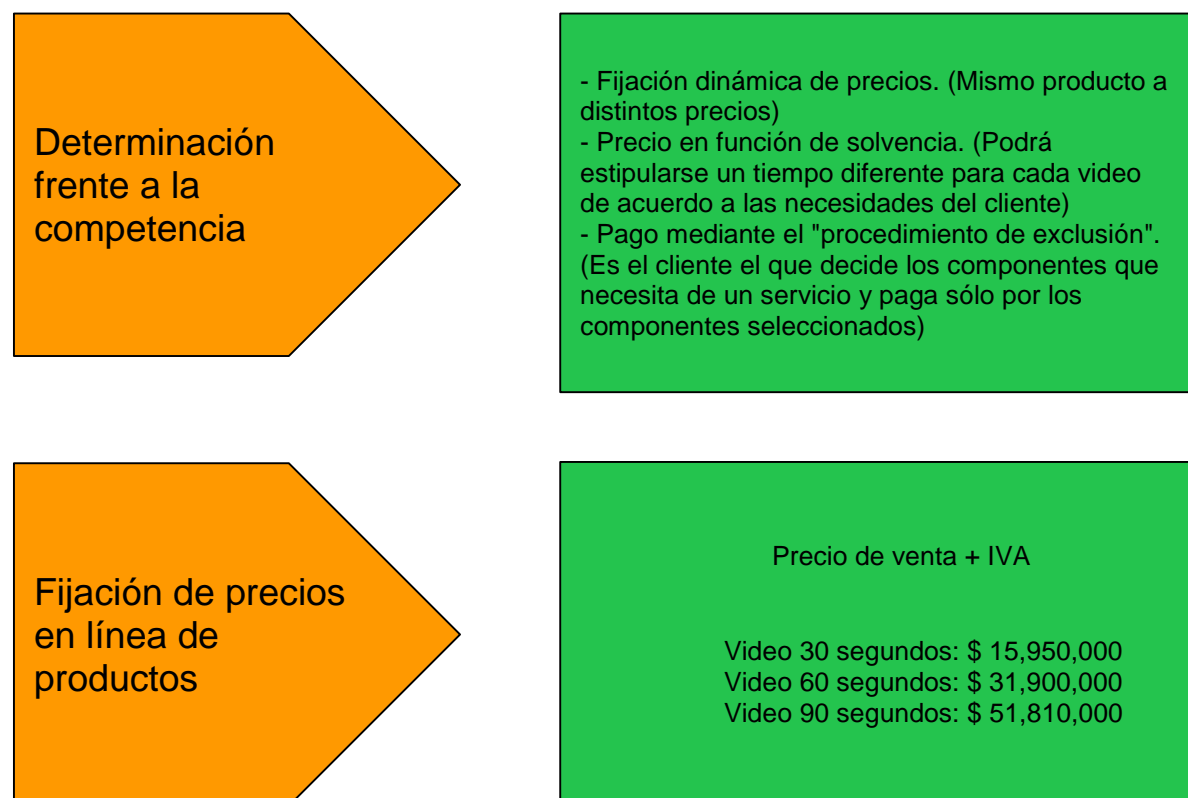
La entrega será realizada por el director y el ejecutivo de cuenta personalmente dentro de las instalaciones de cualquiera de las 2 de las partes, estos entregaran el producto a través de medios magnéticos, tales como memoria USB, CD o disco duro.

Para la seguridad del material que está siendo entregado se realizará un contrato de servicios y confidencialidad con cláusulas específicas de acuerdo a los requerimientos del cliente, teniendo presente que el material realizado será propiedad de este. Adicionalmente dejando en claro que los derechos de autor de los contenidos son exclusivos de la agencia quien es la encargada de la estrategia, creación y diseño de este material.

De ser necesario se realizarán recomendaciones a los clientes para que puedan garantizar la seguridad de su producto, teniendo cuenta que las distintas plataformas brindan opciones de restricción de copia de contenidos.

2.9. Análisis y estrategias de precios precio

Gráfica 12



Tomando como punto de referencia los datos proporcionados por Adgora Colombia y de algunas agencias publicitarias frente a los costos de producción de ilustraciones y material audiovisual se establecieron los montos anteriormente mencionados y los cuales se desglosarán en el anexo 3.

2.10. Esquemas de promoción y campaña publicitaria.

Lo que buscamos con esta estrategia es conocer en todos los entornos empresariales y sociales a través de las plataformas virtuales que están a nuestra disposición.

Visitar diferentes ferias empresariales para generar contacto directo con posibles clientes.

Se realizará un video donde daremos a conocer nuestros servicios, el cual será distribuido en las diferentes redes sociales de la empresa (Facebook, Instagram, Twitter y Youtube).

Se buscará generar estrategias que vinculen experiencias virtuales con la realidad a nivel cultural y social.

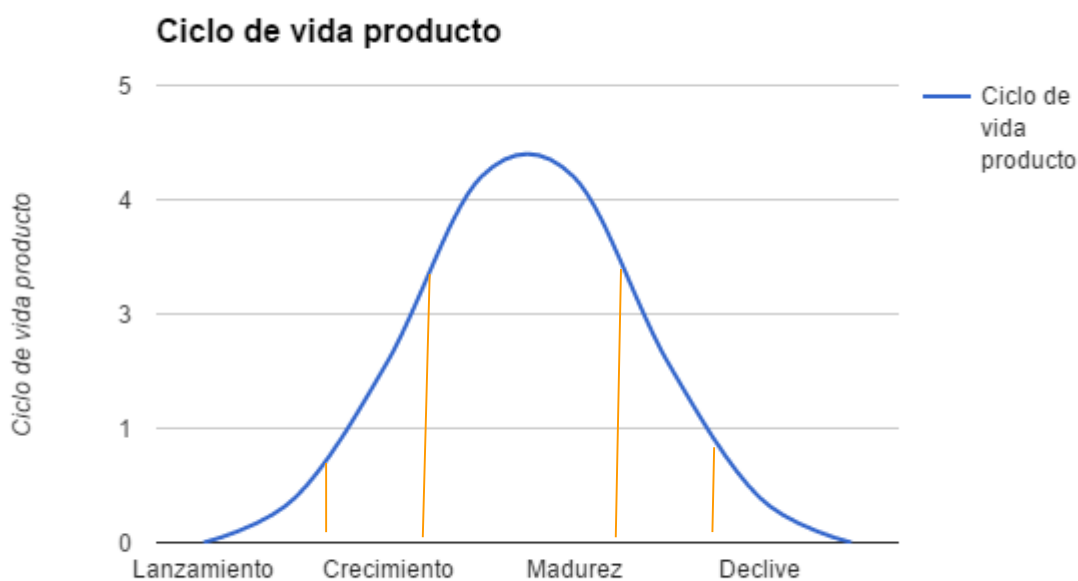
Explorar otros mercados con el fin de vincularlos con otros sectores que puedan impulsar al objeto social de la compañía.

2.11. Diseño y desarrollo conceptualizado y contextualizado de la imagen corporativa de la empresa.



2.12. Ciclo de vida del producto.

Gráfica 13



La primera etapa del ciclo de vida se enfocará en el lanzamiento de los servicios ofrecidos donde se buscará satisfacer las expectativas a través de la calidad de la estrategia y producción de la prueba de mercado de los contenidos generados como prospecto activo. También aprovecharemos las relaciones personales en el área de la comunicación para dar una óptima promoción y lograr la visualización en las plataformas virtuales.

En la segunda fase, una vez identificado si se cumplió con la expectativa, se genera la conversión y la fidelización como clientes. Al mismo tiempo y una vez lanzado el producto final se identificarán si se generó una reacción e interacción, marcando un indicador y mostrando los índices de actividad. Es aquí donde obtener resultados positivos dará la opción de repetir la experiencia.

La tercera fase permitirá verificar el comportamiento de nuestros clientes hacia nuestra marca que indican un grado de implicación y aceptación. Es aquí donde el objetivo principal será retenerlos y evitar que se vayan a la competencia. Aquí la estrategia a implementar es invertir en la mejora de los servicios que ofrecemos y el conocimiento de las expectativas de nuestros clientes.

Por último llega a la reactivación donde el objetivo principal será volver a generar valor en el cliente mediante acciones para que sigan las tendencias y garanticen el objetivo que tenemos como marca de mantener el posicionamiento de la suya.

2.13. Mercado objetivo y nicho de mercado.

Tebeo Digital se especializará en la producción audiovisual animada, con vídeos de 30 a 90 segundos para el posicionamiento de marca, este servicio está dirigido a empresas del sector agroindustrial que tengan sede principal en la ciudad de Bogotá. **En esta plaza el sector agroindustrial y agropecuario tienen alrededor de 24.900 empresas constituidas, de las cuales Tebeo Digital inicialmente abordará al 0,2 % de estas, es decir la lista de clientes potenciales será de 49 empresas reales para presentar nuestro plan de negocio y concretar la prestación de nuestro servicio.**

LISTA CLIENTES POTENCIALES

Tabla 3

Empresa	Producto	Sector
Vermeladas	Mermeladas de verduras	Elaboración de otros productos alimenticios
Arte y Naturaleza	Artesanías	Vivero y semillas
Juan Acai	Batidos y bebidas con Acai	Elaboración de otros productos alimenticios
Thea Gaea	Leche de almendras-piedras	Elaboración y comercialización de productos lácteos
Hunters E Hounds	Alimentos para mascotas	Elaboración de otros productos alimenticios
Mist Magic Cream	Helados	Elaboración de otros productos alimenticios
Más Panela	Aromáticas saborizadas	Caña panelera
Casanova	Cucharas comestibles	Cacao y chocolatería - Café
BIF Bogotá Food Industry	Guarapo y masato	Elaboración de otros productos alimenticios
Villa Florez	Productos lácteos	Elaboración y comercialización de productos lácteos

Perseus Design	Joyas perfumadas	Vivero y semillas
Natulatte	Yogurt	Elaboración y comercialización de productos lácteos
Agritec Colombia		Elaboración de otros productos alimenticios
María Panela		Caña panelera
La Madriguera	Cuadernos personalizados	Servicios
La Madriguera	Cuadernos personalizados	Servicios
Enchula Tu Mochila	Bolsos personalizados	Servicios
Mundo Emprendedor	Emprendimiento	Servicios

2.14. Ventaja competitiva

Establecer una relación entre las marcas y los usuarios con trabajo continuo y coordinado, junto a la integración de la tecnología y la creatividad para diseñar el mejor producto de acuerdo a su necesidad. Tebeo Digital no solo desarrollará contenidos digitales efectivos, también contribuirá al desarrollo social y el fortalecimiento de la identidad de nuestro país mediante nuestra labor, buscando resaltar el trabajo de los agricultores colombianos.

2.15. Fijación de precios

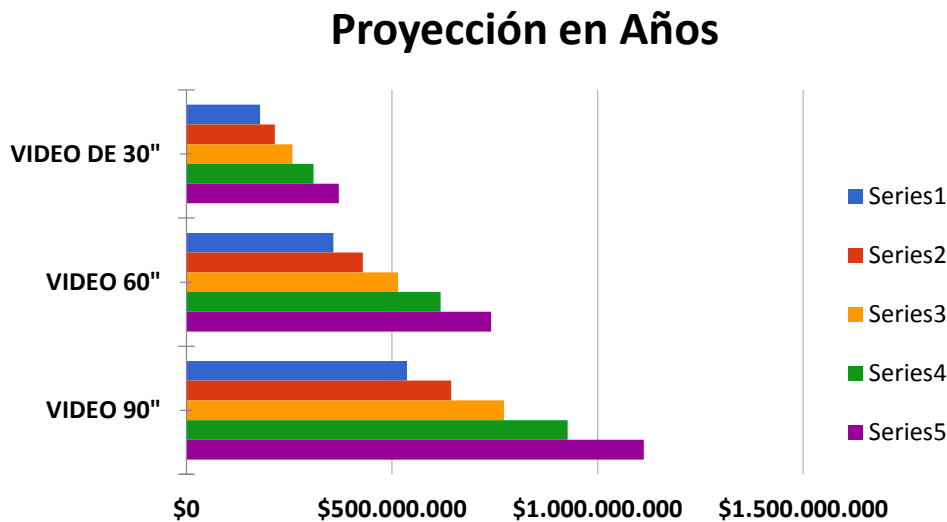
VIDEO DE 30"				
Concepto	Unidades	% esfuerzo	Costo x unidad	Total
Ilustración	3	100,00%	\$ 250.000	\$ 750.000
Animación	30	100,00%	\$ 250.000	\$ 7.500.000
Costo unitario				\$ 8.250.000
Precio de venta (Costo de producción + Costo de venta + utilidad)				\$ 13.750.000
IVA				\$ 2.200.000
Precio de venta + IVA				\$ 15.950.000
Porcentaje de participación				33,33%
VIDEO 60"				
Concepto	Unidades	% esfuerzo	Costo x unidad	Total
Ilustración	6	100,00%	\$ 250.000	\$ 1.500.000
Animación	60	100,00%	\$ 250.000	\$ 15.000.000
Costo unitario				\$ 16.500.000
Precio de venta (Costo de producción + Costo de venta + utilidad)				\$ 27.500.000
IVA				\$ 4.400.000

Precio de venta + IVA				\$ 31.900.000
Porcentaje de participación				33,33%
VIDEO 90"				
Concepto	Unidades	% esfuerzo	Costo x unidad	Total
Ilustración	9	100,00%	\$ 250.000	\$ 2.250.000
Animación	90	100,00%	\$ 250.000	\$ 22.500.000
Costo unitario				\$ 24.750.000
Precio de venta (Costo de producción + Costo de venta + utilidad)				\$ 41.250.000
IVA				\$ 10.560.000
Precio de venta + IVA				\$ 51.810.000
Porcentaje de participación				33,33%

2.16. Proyección y Pronóstico de ventas.

En los resultados reflejados para las ventas por año, durante 5 años se evidencia un crecimiento simultáneo en los productos ofrecidos, estimando en promedio un incremento en ventas entre 3 y 4 unidades anuales, llegando al 5 año con una producción doble a la del año inicial.

Gráfica 14



2.17. Objetivos a corto, mediano y largo plazo

- 2.17.1. Corto plazo: Contactar a un 0,2% de las pequeñas y medianas empresas del sector agroindustrial en Bogotá para generar estrategias de marketing digital y llevar a cabo la ejecución de esta para beneficio de todos.
- Año 1
- Año 2
- 2.17.2. Mediano Plazo: Posicionar la marca en las principales ciudades de Colombia como la mejor agencia digital por su innovación e impacto virtual que posicionará a las marcas que trabajen con nosotros.
- Año 3
- Año 4
- Año 5
- 2.17.3. Largo Plazo: Posicionarnos como una de las mejores de agencias digitales del país logrando reconocimientos en el mundo en diferentes rankings y concursos que acrediten nuestro trabajo.

2.18. Especificaciones técnicas del prototipo.

Construcción de dibujos animados con las mejores técnicas.

Manejo de software necesario para la producción de personajes y escenarios necesarios.

Saber el qué, cómo, cuándo, dónde, por qué y para qué es de vital importancia para la conformación del guion.

Nuestro equipo pondrá todo su conocimiento en comunicación visual y lenguaje audiovisual.

El sonido será de calidad con el manejo de las herramientas necesarias.

Manejaremos las técnicas de animación y los formatos que el cliente requiera, con historias auténticas que hagan resaltar el trabajo y esfuerzo de la empresa por llegar a sus consumidores (reflexión).

2.19. Componentes y elementos del plan de tecnología.

Los componentes y elementos tecnológicos necesarios para el desarrollo y la prestación de un servicio adecuado y eficaz incluyen:

Procesadores: Estos se requieren para el desarrollo de las estrategias y la producción audiovisual.

Software: Son necesarios para poder aplicar las ilustraciones y las animaciones.

Equipos de diseño: Estos permitirán un desarrollo adecuado de las ilustraciones

Página web: A través de nuestra página web se genera conexión con los clientes como referente de búsqueda.

Hosting: Se requiere para el funcionamiento adecuado de la página web.

Servicios de conexión: Este es necesario para el completo funcionamiento de la empresa en cuanto a comunicación interna y externa, motores de búsqueda para un mayor conocimiento de los clientes y temas relacionados que puedan contribuir a un mejor desarrollo de la estrategia.

3. Viabilidad técnica

3.1. Ficha técnica del producto

Tabla 4

FICHA TÉCNICA	
DENOMINACIÓN DEL BIEN O SERVICIO	Agencia Tebeo Digital
DENOMINACIÓN TÉCNICA DEL BIEN O SERVICIO	Entidad que genera estrategias digitales y producción de contenidos audiovisuales animados dirigidos al sector agroindustrial ubicado en Bogotá.
UNIDAD DE MEDIDA PERSONAL	PERSONAL Un (1) director, un (1) planner, un (1) contador, un (1) ejecutivo de cuenta, un (1) diseñador/animador para la sede operativa de la ciudad de Bogotá con entrenamiento y experiencia certificada mínima de 6 meses en el desarrollo de cada una de las actividades, con el fin de cumplir con cada uno de los trabajos asignados.
	EQUIPOS

	2 computadores, 2 escritorios, 2 sillas ejecutivas, una mesa de dibujo, office, dominio, hosting, pagina web y paquete Suite Adobe.
DESCRIPCIÓN GENERAL	Tebeo Digital se especializará en la generación de estrategias digitales para pequeñas y medianas empresas del sector agroindustrial que tengan sede principal en la ciudad de Bogotá para el posicionamiento de marcas a través de contenidos animados.
ESPECIFICACIONES	<p>Características de la prestación del servicio</p> <p>Pre-venta: El ejecutivo de cuenta junto con el planner se encargará de realizar un proceso captación y búsqueda de posibles clientes, mediante la generación de una estrategia digital propia y la visita a potenciales clientes.</p> <p>Venta: El ejecutivo de cuenta será el encargado de concretar la venta de los servicios de acuerdo a las necesidades del cliente.</p> <p>Producción: El directo, el planner y el diseñador/animador enfocarán todos sus esfuerzos para generar una estrategia adecuada para el cliente, a partir de esta se procederá a la</p>

	<p>producción del contenido animado.</p> <p>Pre-entrega: El planner será la persona que se encargue de realizar la pre-entrega para que el material sea revisado por el cliente y se realicen los ajustes necesarios.</p> <p>Entrega: El director y el ejecutivo de cuenta, serán los responsables de presentar el producto final al cliente para que este pueda seguir las pautas realizadas para la estrategia y realizar las mediciones del producto audiovisual.</p> <p>Post-venta: El ejecutivo de cuenta será la persona encargada de realizar el seguimiento al cliente y de verificar los resultados de la mediciones hechas al producto audiovisual.</p>
--	---

3.2. Descripción del estado de desarrollo del producto

Tebeo Digital a la fecha está desarrollando un plan piloto con la primer animación digital que representará a la empresa en la sustentación del proyecto, adicionalmente este producto servirá como muestra para hacer preventa con los potenciales clientes.

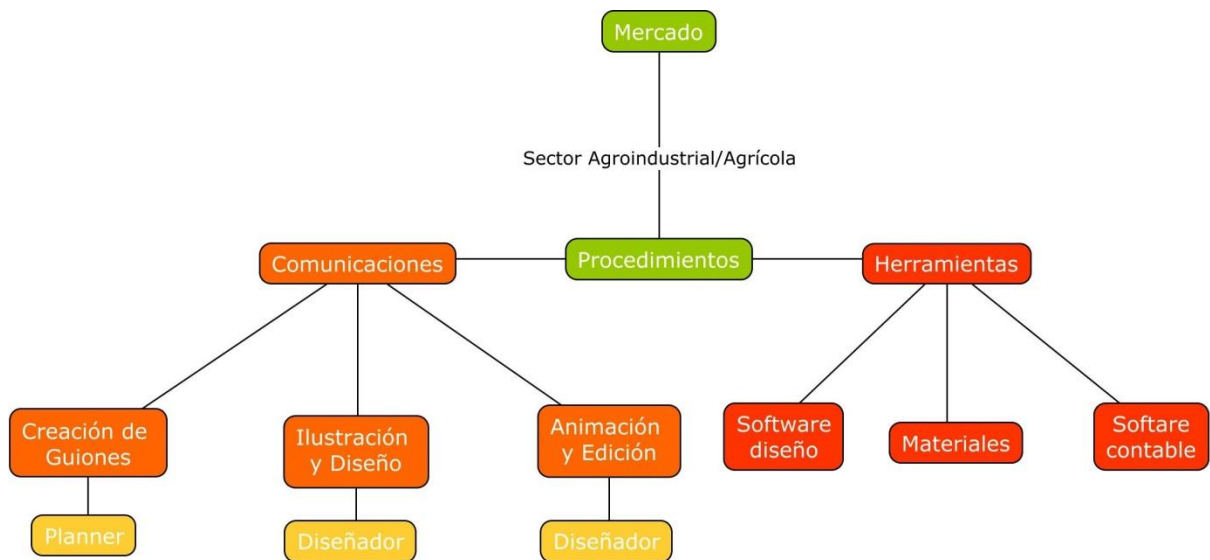
3.3. Diseño de producto.

Gráfica 15



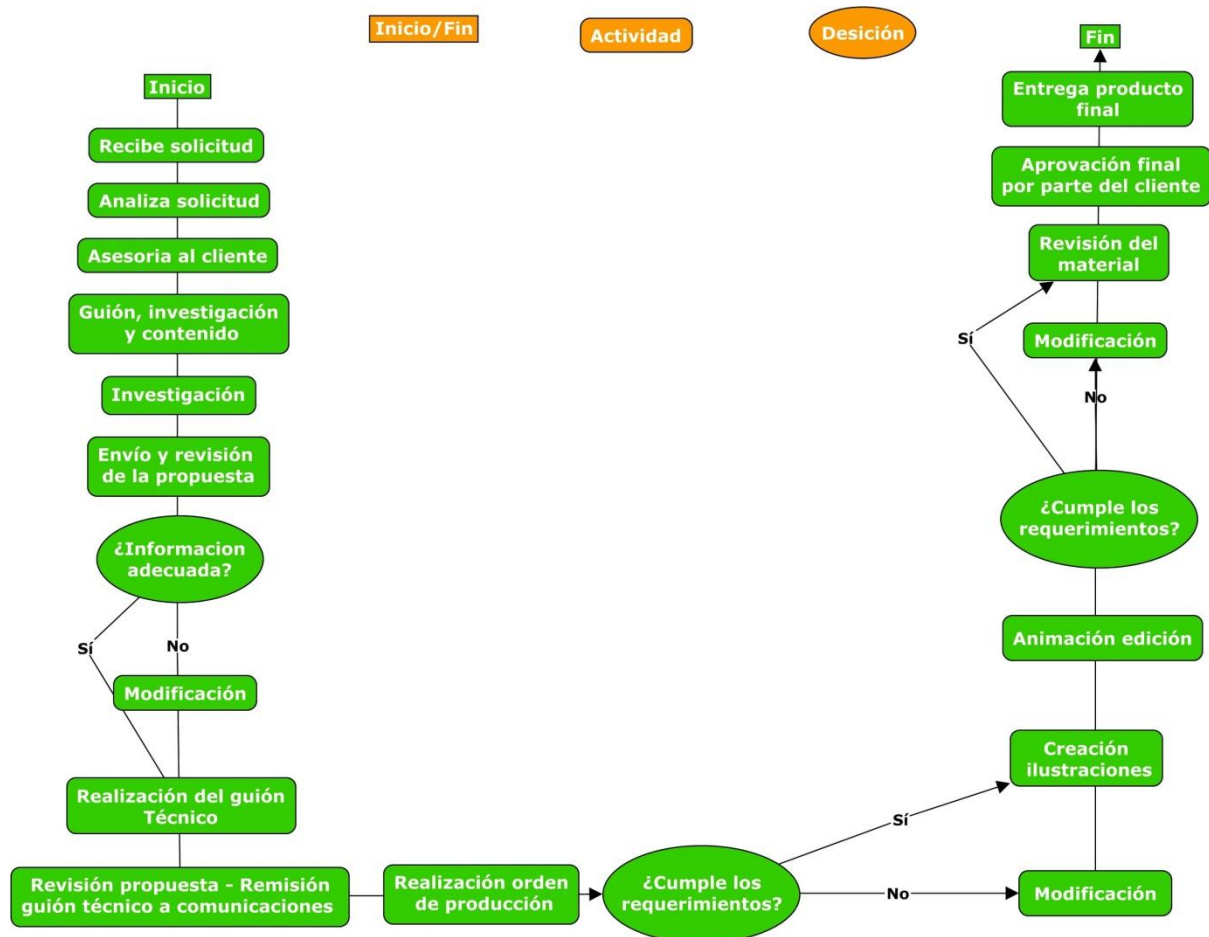
3.4. Sistema de producción.

Gráfica 16



3.5. Diagrama de flujo Diseño.

Gráfica 17



3.6. Equipo e infraestructura requerida

Computadores

Office

Dominio

Hosting

Página Web

Software de diseño

Escritorios

Sillas escritorio

Tabla digitalizadora

3.7. Procesos de control de calidad, proveedores y cadena de producción.

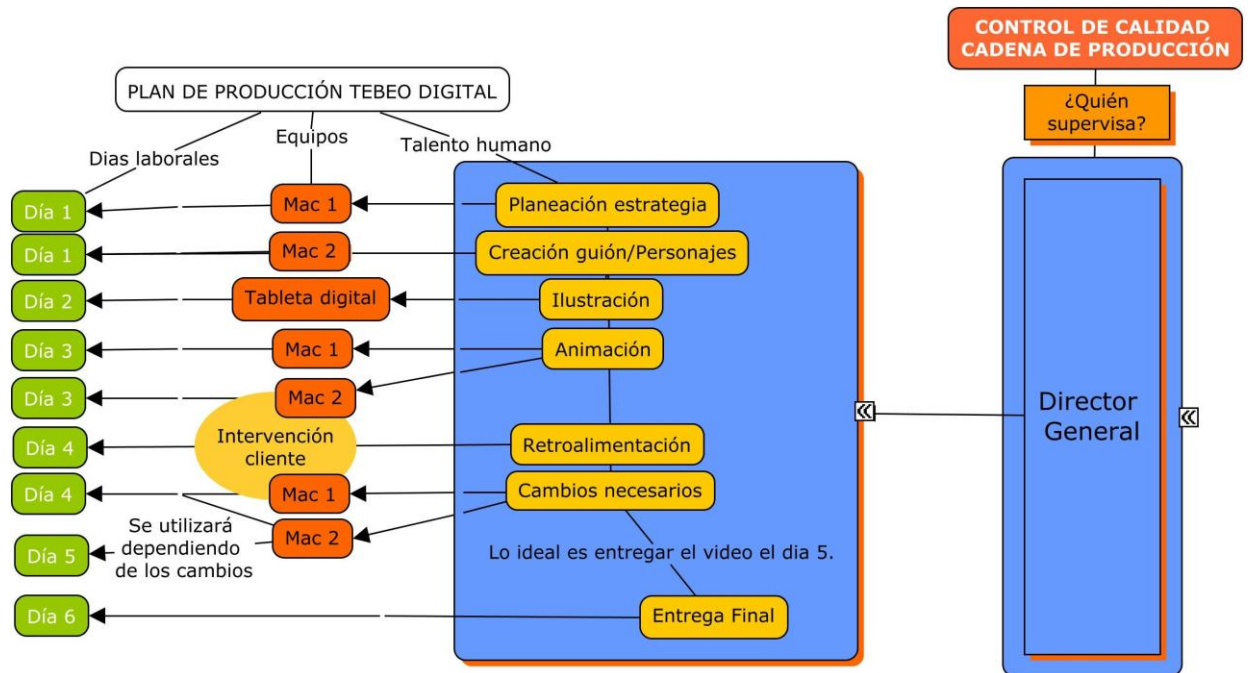
3.7.1. Control de Calidad: Para que nuestros clientes se sientan satisfechos el cumplimiento y la calidad serán factores determinantes en nuestro producto.

Gráfica 18



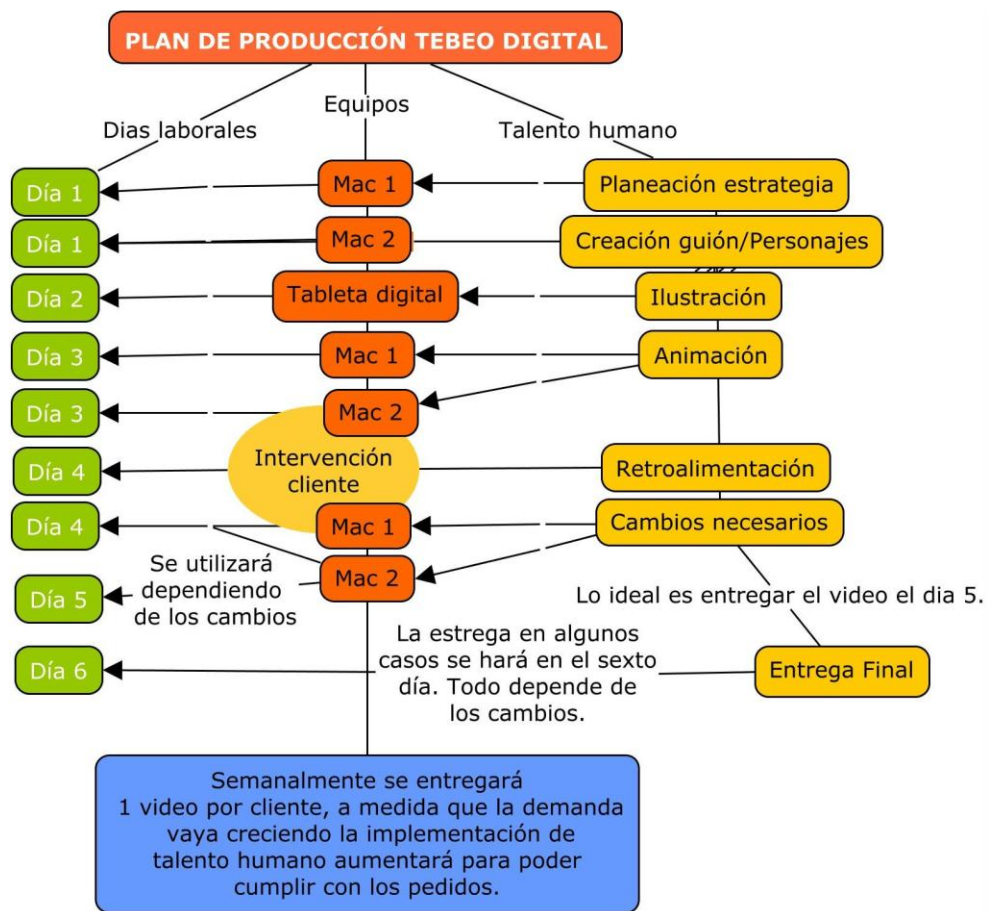
3.7.2. Control de calidad cadena de producción.

Gráfica 19



3.7.3. Plan de producción

Gráfica 20



3.8. Manejo y selección de proveedores

Tabla 5

Criterios para la selección	Producto ofrecido.	Características	Nombre del proveedor	Toma de decisiones sobre los proveedores Aprueba Sí/No
Contratación	Bolsa de empleo.	-Inmediatez. -Acceso a los perfiles profesionales de los aplicantes sin acceso a su información personal. -Ahorro de tiempo y dinero. -El servicio de ranking elige los mejores perfiles para su empresa. Mayor visibilidad de la oferta a través de medios digitales e impresos con El Tiempo.	Elempleo.com	
		Ahorro de tiempo y dinero. Buscador: filtrar hojas de vida. Candidatos calificados: mejores opciones al perfil buscado. Proceso fácil y rápido. - 4.147.171 hojas de vida.	Computrabajo	

		Existe un filtro establecido para perfiles creativos. -App móvil.	Redactores Publicitarios/ Trabajo si hay	
Bienes	Computadores	- Vendedor directo. - Garantía.	Mac	
		- Zona establecida a la venta de productos electrónicos. - Descuentos	Ktronix	
		Zona establecida a la venta de productos electrónicos. - Descuentos	Éxito	
	Equipo de oficina	-Sectores enfocados a la venta del producto requerido. -Garantía en sus productos. -Descuentos.	Easy	
			Jumbo	
			Homecenter	
Servicios	Software	-Todas las herramientas de trabajo en la misma plataforma.	Suite Adobe	
	Internet	-Fibra óptica. -Más ágil. -Hasta 150 megas	Etb	
		-Cable coaxial. -Hasta 100 megas.	Claro	

		-20 megas.	Une	
	Hosting, pagina web y dominio.	Ofrece todas las plataformas de servicio en un mismo servidor.	Go Daddy	
			Hostinger	
			Who is	

4. Viabilidad Administrativa y organizacional

4.1. Organigrama: Presentar los diferentes roles de manera lógica y estructurada.

Gráfica 21



4.2. Misión, Visión y Objetivos.

Visión: Ser generadores de ideas que cambien el mundo publicitario y sus realidades para posicionarnos en el mercado como una de las mejores agencias digitales a nivel Nacional en producción de contenidos animados y estrategias de marketing digitales que brinden soluciones eficaces a sus clientes.

Misión: Realizar contenidos animados de calidad que aporten al crecimiento y posicionamiento de las marcas en el mercado, mediante comunicaciones asertivas que permitan el acercamiento de las empresas a los usuarios.

Valores

Queremos dar todo nuestro conocimiento y trabajo por las marcas que le apuesten a trabajar con nosotros.

Mente abierta para crear y diseñar, aquí las todas las ideas aportan a la producción de sueños que transforman perspectivas.

La imaginación sin límites juega de local a la hora de crear, por más ridículas que parezcan algunas ideas éstas harán parte del camino que forje una majestuosa intención.

Sin excusas ni pretextos, en Tebeo Digital el compromiso de todos sus integrantes contribuyen al liderazgo interno y externo que se verá reflejado en los resultados.

El trabajo en equipo es fundamental, la práctica de buenos hábitos en el grupo se harán con el tiempo una cultura en la compañía.

4.3. Recursos humanos: proceso de reclutamiento y selección.

Estará establecido mediante un formato con los lineamientos requeridos por la Junta Directiva para la selección y debida contratación del personal, este formato se encontrará dentro de los documentos anexos 1.

4.4. Entrenamiento, número de empleados, descripción de funciones y remuneración.

Estará establecido mediante un formato los lineamientos adecuados a cada uno de los cargos los cuales serán mencionados a continuación, siendo un total de 5 empleados requeridos para la empresa.

El formato y la descripción de cada uno de los cargos se encontrarán en el anexo 2.

Director

Ejecutivo de cuenta

Planner

Diseñador/Ilustrador

Contador

4.5. Comunicación interna.

Gráfica 22



Documentos Corporativos: Todos los respectivos documentos tendrán grabado el membrete de la empresa, adicionalmente la misión, visión y valores corporativos ya están mencionados en el documento.

Filosofía de la empresa: Para desarrollar una excelente cultura corporativa nos basaremos en prácticas éticas que fortalezcan el vínculo entre los directivos/fundadores y trabajadores, así el ambiente laboral será estable y propicio para la ejecución de las tareas y objetivos de la empresa.

Nuestro crecimiento empresarial es importante, pero también lo es el de nuestros trabajadores, queremos que las marcas que decidan trabajar con nosotros avancen mucho más y con la experiencia, la dedicación y el esfuerzo de nuestro equipo alcanzar las metas de nuestros clientes externos e internos realizando comunicaciones asertivas que fortalezcan las relaciones, éste es nuestro propósito en común.

Perfil: La creatividad, la honestidad, el compromiso y el respeto hacen parte de los perfiles que queremos se vinculen a nuestra empresa. Para así poder resolver de una forma eficaz las necesidades de nuestros clientes.

4.6. Análisis DOFA

Tabla 6

<p>ANÁLISIS DOFA TEBEO DIGITAL</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> *Apoyo intelectual en las áreas débiles. (Finanzas - Diseño) *Enfocarnos en el sector agroindustrial y ofrecer estrategias de marketing digitales a este grupo de compañías. *Vincular estudiantes talentosos como trabajadores al proyecto. *Financiamiento por parte de fondos y empresarios que crean en el proyecto. *El mercado objetivo tiene tendencia al consumo en temas digitales. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> *Surgimiento de nuevas empresas con el mismo fin. *Absorción por parte de la competencia sobre la idea de negocio y la empresa. *Cambios agresivos en el entorno económico. *Conflictos interpersonales en la compañía.
<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> *Buena relación con los clientes potenciales. *mercado objetivo claro. *Herramientas de trabajo a nuestro alcance (equipos universidad). *Trabajo mancomunado con emprendedores del sector agro. *Talento y disposición en el equipo. *Buen ambiente laboral. 	<p>ESTRATEGIAS FO</p> <ul style="list-style-type: none"> *Aprovechar el crecimiento del mercado digital para atraer inversores al proyecto. *Disponer del talento y el ambiente laboral del grupo Tebeo Digital para vincular estudiantes al proyecto y tener una retroalimentación por parte de la academia. *promover el emprendimiento en el sector agroindustrial para obtener financiamiento por parte del sector digital y agropecuario en Colombia. (mostrar las ventajas de ser emprendedor y vincular a más personas a proyectos de este tipo) 	<p>ESTRATEGIAS FA</p> <ul style="list-style-type: none"> *Generar alianzas con empresas más desarrolladas para que estas no limiten nuestra compañía. *Entender mejor las necesidades de nuestros potenciales clientes y mitigar el impacto de la competencia sobre el sector. *Blindar a la compañía de los cambios económicos agresivos con análisis y proyecciones. *Desarrollar un buen ambiente laboral evitará conflictos interpersonales en la empresa.
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> *Limitación financiera para formalizar la empresa. *Competidores directos e indirectos tienen clientes importantes. *Carencia en las herramientas propias de trabajo. *Falta de personas con conocimientos financieros. *Poca experiencia en la industria. 	<p>ESTRATEGIAS DO</p> <ul style="list-style-type: none"> *Lograr financiamiento por parte de fondos y empresarios para adquirir recursos económicos y formalizar la empresa. *Aprovechar que la competencia no se enfoca en el sector agroindustrial y ofrecer estrategias de marketing digitales a este grupo de compañías a pesar de que los competidores directos e indirectos tengan clientes importantes. *Buscar apoyo intelectual en las áreas débiles tales como la finanzas y el diseño mejoraremos la calidad del servicio y ofreceremos un producto competitivo. *Vincular estudiantes talentosos que tengan conocimientos en la industria digital minimizará la falta de experiencia en el sector real. 	<p>ESTRATEGIAS DA</p> <ul style="list-style-type: none"> *Fidelizar clientes del sector agroindustrial y demás sectores que estén interesados en posicionar su marca. *Hacer cursos de finanzas para fortalecer las competencias frente a la economía de la empresa. *Innovar y mejorar los productos y procesos para evitar que el surgimiento de nuevas agencias digitales o las que ya están establecidas nos saquen del mercado.

4.7. Características de la propiedad intelectual y de patentes, en caso de necesidad.

Respecto a los principios y conductas que se deben tener presentes para dar información veraz Tebeo Digital se dispone al cumplimiento de los artículos establecidos en el Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria expedido por la Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria (Conarp) para garantizar la honestidad, la decencia, el respeto a

los derechos del consumidor y hacia la competencia. Para hacer constar el conocimiento sobre estas normas las citamos a continuación:

ARTÍCULO 19. PROTECCIÓN A LA PROPIEDAD INTELECTUAL Sin perjuicio del cumplimiento de las normas legales de Propiedad Intelectual exigible por las autoridades públicas competentes, los anuncios publicitarios deberán cumplir con las siguientes disposiciones:

Con excepción de lo expresamente previsto en el aparte de Publicidad Comparativa, el anuncio no podrá utilizar las marcas, lemas, temas y conceptos de terceros, sin su previa autorización.

En ningún caso podrán utilizarse marcas, temas y lemas claramente reconocidos o asociables con otro anunciante o producto para identificar el producto anunciado.

Para la utilización total o parcial de composiciones musicales de autores nacionales o extranjeros, los anuncios deberán cumplir con el pago de los derechos de autor, salvo en los casos de obras de dominio público.

La publicidad de un producto no podrá imitar la forma general, texto, presentación visual, etc. de anuncios de otros anunciantes difundidos con anterioridad, en Colombia o en el exterior, a menos que se trate de un evidente y deliberado recurso creativo.

En ningún caso, los mensajes publicitarios podrán tomar ventaja indebida del prestigio de marca, lema, nombre, iniciales de otra empresa, individuo, institución o producto, sin previo y expreso consentimiento.

ARTÍCULO 47. NORMAS ESPECIALES PARA PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES INTERACTIVOS Además de lo dispuesto en las normas generales y especiales de este Código,

la publicidad que se realiza a través de los medios digitales interactivos, deberá regirse por las normas especiales dispuestas en el presente Capítulo.

ARTÍCULO 50. MENSAJES COMERCIALES DIGITALES INDIVIDUALES Cuando un mensaje comercial digital sea enviado a correos electrónicos, teléfonos móviles u otras cuentas o servicios similares, a través de los cuales cada destinatario del mensaje pueda ser contactado directa y personalmente, el encabezado y contexto del mensaje deben indicar claramente que el mensaje es de naturaleza comercial. El texto de los encabezados no debe provocar confusión al respecto. Solamente pueden enviarse mensajes comerciales no solicitados a través de medios digitales interactivos cuando, además de respetar las normas aplicables en materia de protección de datos personales:

Existan bases razonables para considerar que el consumidor que los reciba pueda tener interés en el objeto de éstos o en la oferta; y 2. Incluyan un mecanismo claro y transparente que permita al consumidor expresar su deseo de no recibir otras comunicaciones en el futuro.

PARÁGRAFO: Además de respetar las preferencias del consumidor, expresadas en forma directa al remitente o a través de programas de servicio preferente, se debe tener cuidado de asegurar que el mensaje comercial digital y cualquier otra herramienta que permita al consumidor ver otros anuncios comerciales o publicidad, no interfieran con el uso que el consumidor normalmente hace de los medios digitales interactivos.

Control de patente

Para proteger la innovación que genere nuestro equipo de trabajo Tebeo Digital optará por ampararse en los derechos de propiedad intelectual y sobre los derechos de autor de todas las producciones que se desarrollen en la empresa.

Por otra parte cualquier idea que se dé para conformar una estrategia digital se protegerá mediante contratos de confidencialidad.

Todo el esfuerzo y el trabajo que produzcamos para ser líderes en el mercado tendrán protección a través de la acogida de hábitos positivos por parte de los integrantes del equipo.

4.8. Fortalezas y debilidades del equipo actual.

Tabla 7

Fortalezas	Debilidades
Excelente relación.	Limitados recursos económicos.
Disposición para trabajar en grupo.	Falta de conocimiento financiero.
Sinceridad y generación de sugerencias constructivas respecto al proyecto.	Actualmente no contamos con el personal requerido dentro de nuestro organigrama.
Respeto, honestidad y compromiso.	Falta de experiencia en el área.

4.9. Plan de implementación

Tabla 8

ESTRATEGIA	ESTRUCTURA	PROCESOS	INCENTIVOS	TALENTO HUMANO
Posicionarnos como una de las mejores agencias digitales del país.	Director General. Diseñador-Ilustrador. Planner. Ejecutivo de cuenta. Contador. Deptos.	Cumplimiento del manual del trabajador. Innovación y creatividad en los procesos. Calidad en todos los procesos. Ambiente laboral óptimo.	Oportunidad de manejar su tiempo de trabajo. Trabajar desde sus casas. Medio día libre por cumpleaños.	Creativos. Líderes Planificadores Trabajo en equipo Talento artístico

4.10. Plan de compras

Tabla 9

PLAN DE COMPRAS TEBEO DIGITAL						
CIUDAD:			FECHA:			
PROVEEDOR Y PRODUCTO	CANTIDAD	FECHA ENTREGA	CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	ANÁLISIS COSTOS	CONTROL DE CALIDAD	PROVEEDOR ALTERNATIVO
Ishop/Mac	2	Enero	Pantalla de 21.5 pulgadas (diagonal) retroiluminada por LED con tecnología IPS; resolución de 1920 x 1080 compatible con millones de colores. Pantalla Retina 4K de 21,5 pulgadas (diagonal) con tecnología IPS; resolución	\$3,600,000	Garantía por 3 meses de soporte telefónico. 1 año para el	Almacenes Éxito

			<p>de 4096 x 2304 compatible con millones de colores</p> <p>Procesador Intel Core i5 dual core de 1,6 GHz (Turbo Boost de hasta 2,7 GHz)</p> <p>Intel Core i5 quad core de 2,8 GHz (Turbo Boost de hasta 3,3 GHz)</p> <p>Intel Core i5 quad core de 3,1 GHz (Turbo Boost de hasta 3,6 GHz)</p> <p>Memoria</p> <p>8 GB de memoria integrada LPDDR3 de 1876 MHz</p> <p>Almacenamiento 1 TB</p> <p>Disco duro de 1 TB (5.400 rpm)</p> <p>Gráficos</p> <p>Intel HD Graphics 6000</p> <p>Intel Iris Pro Graphics 6200</p> <p>Compatibilidad con vídeo y cámara</p> <p>Cámara FaceTime HD</p> <p>Es compatible simultáneamente con la resolución nativa máxima en la pantalla integrada y con hasta 3840 x 2160 píxeles en un monitor externo</p> <p>Compatible con los modos de vídeo en espejo y escritorio extendido</p> <p>Cámara FaceTime HD</p> <p>Parlantes estéreo</p> <p>Dos micrófonos</p> <p>Entrada de 3,5 mm para audífonos</p> <p>Salida de audífonos/audio digital óptico (mini jack)</p> <p>Compatible con audífonos para iPhone de Apple con micrófono</p> <p>Conexiones y expansión</p> <p>Audífonos Ranura para tarjeta SDXC</p> <p>USB 3 Thunderbolt 2 Gigabit Ethernet</p> <p>Entrada de 3,5 mm para audífonos</p> <p>Ranura para tarjeta SDXC</p> <p>Cuatro puertos USB 3 (compatibles con USB 2)</p> <p>Dos puertos Thunderbolt 2</p> <p>Salida para Mini DisplayPort</p> <p>Compatibilidad con HDMI, DVI, VGA y DVI de doble enlace</p> <p>Gigabit Ethernet 10/100/1000BASE-T (conector RJ-45)</p> <p>Ranura para cable de seguridad Kensington</p> <p>Entradas</p> <p>Magic Keyboard</p> <p>Magic Mouse 2</p> <p>Es compatible con Multi-Touch</p>		equipo.	
Ktronix/ Pc portátil	1	Enero	<p>Marca LENOVO</p> <p>Procesador AMD A8</p> <p>Sistema Operativo Computadores</p> <p>Windows 10</p> <p>Disco Duro PC 1 TB</p> <p>Memoria 8 GB</p> <p>Pulgadas 15.6 Pulgadas</p> <p>Garantía 12 meses</p>	\$1,600,000	Garantía 1 año	Almacenes Éxito
Tarjetas	6	Enero/Julio	<p>Tarjetas para 6 personas.</p> <p>La cantidad de tarjetas por persona es de 160.</p>	\$120,000	Adquisición Semestral	
Office/Office	1	Enero	<p>Suscripción de 1 año con renovación automática</p> <p>Para 5 equipos PC o Mac, más 5 tabletas (iPad, Android o Windows), más 5 teléfonos</p> <p>Versiones completas de Word, Excel,</p>	\$360,000	suscripción anual	

			PowerPoint, Outlook, OneNote y más Almacenamiento en la nube de 1 TB por usuario para hasta 5 usuarios Acceso permanente a actualizaciones			
Hostinger /Dominio Hosting Página Web	1	Enero	Nueva generación de hosting gratuito Soporte PHP y MySQL Proveemos soporte PHP y MySQL sin restricciones. Su sitio estará 100 por ciento libre de anuncios para siempre. Instalador automático de Software Fácil creador de sitios online	\$100,000	Suscripción anual	Go Daddy
	1	Enero		\$200,000	Suscripción anual	
	1	Enero		\$500,000	Suscripción anual	
Paquete Suite Adobe	1	Enero	Todas las herramientas que necesitas para crear, colaborar y permanecer sincronizado.	\$2,500,000	Suscripción anual	
Easy/ Escritorios	2	Enero	151x144x76cm Incluye Archivar Se puede Ubicar a la derecha o a la izquierda. Color: Negro	\$800,000	Garantía 6 meses	Home center
Homecenter/ Sillas escritorio	2	Enero	Tipo Sillas de escritorio Diseño Con Brazos Material Paño Color Negro	\$560,000		Easy
Ishop/ Tabla digitalizadora	1	Abril	Dimensiones - Peso 152 mm x 95 mm - 0,050 Kg Material Policarbonato Marca Wacom Uso Tablas digitalizadoras Descripción Técnica Reconoce 1024 niveles de presión, NO reconoce inclinación del lápiz, resolución 2540 lpp, 4 express keys configurables, NO incluye kit inalámbrico Compatibilidad Macbook Air, Macbook Pro, iMac, MacPro, Mac Mini, MacBook Pro Retina	\$170,000	Tableta Intuos Lápiz digital Cable USB Puntas de lápiz de repuesto Instrucciones y código de descarga de software Guía de arranque rápido CD de instalación	Ktronix
CCB/ Constitución Empresa	1	Enero	Generar redes de trabajo colaborativo. Innovar en su modelo de negocio dentro de la economía creativa. Convertir su idea creativa en una idea de negocio viable. Crear nuevos escenarios para que su talento sea visto y escuchado. Fortalecer las habilidades empresariales y específicas de su empresa. Acercarle a oportunidades para financiar sus proyectos. Abrir mercados para la internacionalización de su empresa cultural y creativa. Contar con el talento humano que necesita su empresa. Encontrar solución a los problemas logísticos asociados al transporte de materias primas, insumos y productos terminados del sector. Incidir en la definición de una regulación ajustada a las necesidades de los empresarios del sector.	\$250,000		
CCB/ Matrícula Mercantil	1	Enero		\$186,000	Renovar cada año entre los meses de Enero a Marzo.	
Nubox/ Alquiler Software	12	Todo el año	Facilita interacción entre empresa y contador Permite a la empresa registrar parte de la	\$55,000		World Office Empresarial

contable			información, disminuyendo el tiempo perdido del contador en traslados. Complementación con Excel Puedes importar ventas y compras desde archivos planos y exportar reportes a Excel. Actualizado con la última normatividad Libros auxiliares Certificado de retención Comprobantes prefijados Conciliación bancaria			
----------	--	--	--	--	--	--

4.11. Entes y/u organismos que apoyen la gestión y desarrollo del proyecto.

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones: MinTic cuenta con el Plan Vive Digital que se encarga del desarrollo del ecosistema digital nacional, para alcanzar un salto a nivel tecnológico.

ABC Publicitario: El ABC Publicitario facilita la entrega de información de la calidad necesaria para conocimiento sobre agencias, de igual manera en algunas ocasiones es partícipe activo del nacimiento y desarrollo de nuevas empresas.

SENA: A través de convocatorias brinda capital semilla a ideas innovadoras.

Cámara de Comercio: Brinda apoyo y asesoría en el desarrollo y puesta en marcha de nuevos proyectos.

Feria de Emprendedores: A través de esta feria se podrá conseguir potenciales clientes, generando un acercamiento a los asistentes de la misma.

5. Viabilidad Financiera

5.1. Objetivos a corto, mediano y largo plazo.

Corto plazo: Obtener financiamiento por parte del Fondo Emprender SENA, Fondo Nacional de Garantías o alguna entidad financiera.

Mediano Plazo: Consolidar financieramente Tebeo Digital, ser auto sostenible.

Largo Plazo: Ampliar nuestra presencia a nivel nacional.

5.2. Estados de Ingresos y Egresos

Se encontrará en el anexo 3 en la hoja Flujo de caja 1, donde están reflejados los estados.

Gráfica 23



5.3. Análisis de costos y gastos

Tabla 10

Nómina	% esfuerzo/Dedicación	Auxilio de Transporte	Básico	Prestaciones	Total
Director(a)	100%	\$77.000	\$800.000	\$408.000	\$1.285.000
Planner	100,00%	\$77.700	\$800.000	\$408.000	\$1.285.700
Contador	33,00%	\$77.700	\$800.000	\$408.000	\$424.281
Ejecutivo de Cuenta	100,00%	\$0	\$0	\$0	\$0
Diseñador/animador	100,00%	\$0	\$0	\$0	\$0
Total nómina					\$2.994.981

Tabla 11

CONCEPTO	Unidades	% esfuerzo		Costo x mes		TOTAL
ARRIENDO	1	100,00		\$650.000		\$650.000
LUZ	1	100,00		\$100.000		\$100.000
AGUA	1	50,00		\$100.000		\$50.000
Comunicaciones	1	100,00		\$200.000		\$200.000
Papelería	1	100,00		\$100.000		\$100.000
Gastos De Representación	1	100,00		\$0		\$0
Total CF						\$2.994.981

5.4. Inversión inicial y retorno sobre la inversión.

5.4.1. Inversión inicial

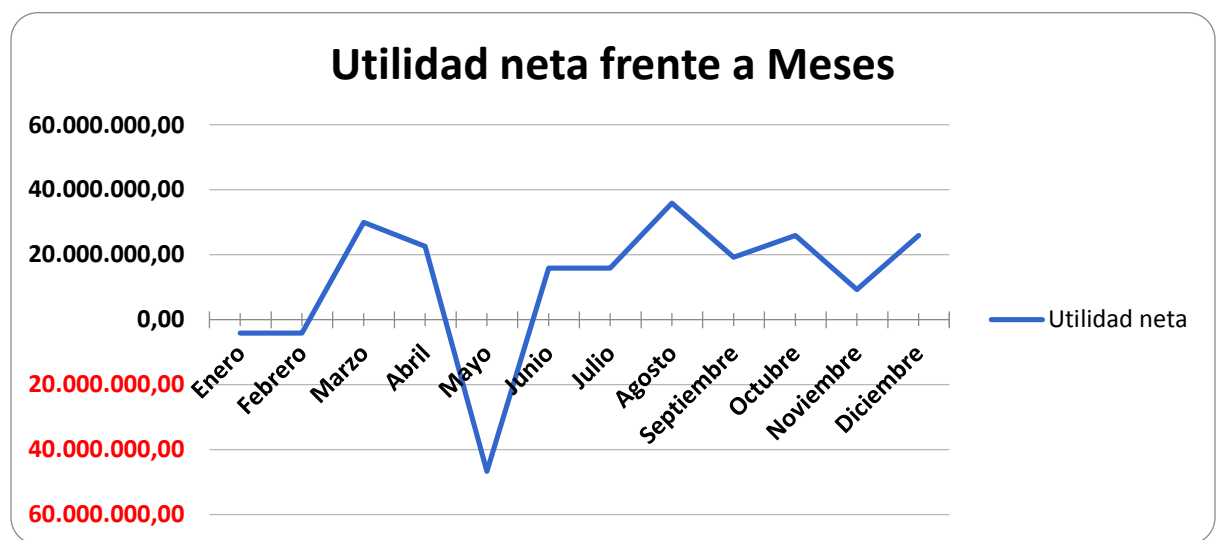
Tabla 12

ACTIVO	Cantidad	Costo	Total
Computador Mac	2	\$3.600.000	\$7.200.000
Computador Pc Portátil	2	\$800.000	\$1.600.000
Tarjetas	6	\$ 20.000	\$120.000
Office	1	\$ 360.000	\$360.000
Dominio	1	\$ 100.000	\$100.000
Hosting	1	\$ 200.000	\$200.000
Página Web	1	\$ 500.000	\$500.000
Paquete Suite Adobe	1	\$2.500.000	\$2.500.000
Escritorios	2	\$ 400.000	\$800.000
Sillas escritorio	2	\$ 280.000	\$560.000
Tabla digitalizadora	1	\$ 170.000	\$170.000
Constitución Empresa	1	\$ 250.000	\$250.000
Matrícula Mercantil	1	\$ 186.000	\$186.000

Alquiler contable	Software	12	\$ 55.000	\$660.000
TOTAL INVERSIÓN				\$15.206.000

5.4.2. Retorno sobre la inversión

Gráfica 24



5.5. Flujo de efectivo e indicadores financieros

5.5.1. Flujo de efectivo

Tabla 13

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo inicial		\$0	\$95.911.388	\$41.926.608	\$57.604.522	\$165.108.427
Ventas de contado		\$536.250.000	\$643.500.000	\$772.200.000	\$926.640.000	\$1.111.968.000
IVA facturado		\$171.600.000	\$205.920.000	\$247.104.000	\$296.524.800	\$355.829.760
Recuperación de cartera		\$474.375.000	\$569.250.000	\$683.100.000	\$819.720.000	\$983.664.000
Aportes de socios		\$35.000.000				
Préstamos						
Total Ingresos		\$1.217.225.000	\$1.514.581.388	\$1.744.330.608	\$2.100.489.322	\$2.616.570.187
Compras		\$15.326.000	\$971.970	\$895.000	\$895.000	\$895.000
IVA descontado		\$2.452.160	\$155.515	\$143.200	\$143.200	\$143.200
Nómina		\$35.939.772	\$38.455.556	\$41.147.445	\$44.027.766	\$47.109.710
Obligaciones financieras		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Costos de producción		\$643.500.000	\$698.841.000	\$758.941.326	\$824.210.280	\$895.092.364
Costos de		\$244.200.000	\$265.201.200	\$288.008.503	\$312.777.234	\$339.676.077

venta						
Arriendo/Servicios		\$9.600.000	\$10.425.600	\$11.322.202	\$12.295.911	\$13.353.359
IVA por pagar		\$169.147.840	\$205.764.485	\$246.960.800	\$296.381.600	\$355.686.560
Impuestos			\$249.085.370	\$335.204.985	\$440.182.137	\$567.861.847
Otros gastos		\$3.600.000	\$3.909.600	\$4.245.826	\$4.610.967	\$5.007.510
Total egresos		\$1.121.313.612	\$1.472.654.780	\$1.686.726.086	\$1.935.380.895	\$2.224.682.426
Saldo final de caja		\$95.911.388	\$41.926.608	\$57.604.522	\$165.108.427	\$391.887.760
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5

5.5.2. Indicadores Financieros

TIR	285%	-30000000
VAN	\$329.097.847	\$95.911.388
ROI	630,75	\$41.926.608
		\$57.604.522
		\$165.108.427
		\$391.887.760

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Margen operacional	0,126489723	0,239318134	0,337572875	0,423136379	0,49764793
Rentabilidad neta de las ventas	-0,103257708	-0,0186364	0,055054656	0,119227284	0,175110947
Rentabilidad operacional del patrimonio					
Rentabilidad financiera					

5.6. Estados financieros y Balance General.

5.6.1. Balance general

Tabla 14

TEBEO DIGITAL BALANCE GENERAL AÑO 1 CIFRAS EN PESOS COLOMBIANOS			
Activo		Pasivo	
Efectivo	\$95.911.388	Préstamos	0
Cuentas por cobrar	\$61.875.000	Impuestos por pagar	\$249.085.370
PPYE	\$15.206.000		
Total activo	\$172.992.388	Total pasivo	\$249.085.369,50
		Patrimonio	
		Aporte de socios	\$0
		Exedentes del ejercicio	-\$110.743.892
		PPyE	\$15.206.000
		Total patrimonio	-\$95.537.891
Total activo	\$172.992.388	Total pasivo + patrimonio	\$153.547.478

5.6.2. Estados financieros

Tabla 15

	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas netas	\$1.072.500.00 0	\$1.287.000.000	\$1.544.400.000	\$1.853.280.000	\$2.223.936.000
Costo de ventas	\$244.200.000	\$255.189.000	\$266.672.505	\$278.672.768	\$291.213.042
Utilidad bruta	\$828.300.000	\$1.031.811.000	\$1.277.727.495	\$1.574.607.232	\$1.932.722.958
Gastos de operación	\$691.715.772	\$722.842.982	\$755.370.916	\$789.362.607	\$824.883.924
Utilidad operacional	\$136.584.228	\$308.968.018	\$522.356.579	\$785.244.625	\$1.107.839.033
Gastos no operacionales	\$15.271.000	\$0	\$0	\$0	\$0
Gastos financieros	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Ingresos financieros	\$2.681.250	\$3.217.500	\$3.861.000	\$4.633.200	\$5.559.840
Utilidad antes de impuestos	\$139.265.478	\$312.185.518	\$526.217.579	\$789.877.825	\$1.113.398.873

Impuestos	\$249.316.370	\$335.446.380	\$440.434.395	\$568.125.456	\$723.136.918
Utilidad neta	\$110.050.892	\$23.260.861	\$85.783.184	\$221.752.369	\$390.261.955
ICA					
Renta	\$34.816.370	\$78.046.380	\$131.554.395	\$197.469.456	\$278.349.718
CREE	\$214.500.000	\$257.400.000	\$308.880.000	\$370.656.000	\$444.787.200

5.7. Análisis de sensibilidad e índices financieros

Estas variables se verán reflejadas en los cambios que se realizan en los indicadores de crecimiento del sector digital y del incremento anual del salario mínimo.

5.8. Fuentes de apoyo financiero

Fondo Emprender Sena.

Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica.

Fondo Nacional de Garantías.

FONADE

Entidades Financieras-Bancos.

6. Viabilidad Legal

6.1. Constitución y legalización de la empresa

Tipo de Sociedad: La sociedad se constituirá como Sociedad por Acciones Simplificada reglamentada según la Ley 1258 de 2008 (Supersociedades, 2008), la cual aborda lo relacionado con las normativas para la constitución de la sociedad y sus respectivas características. Según esto consideramos que las condiciones que esta otorga son favorables para Tebeo Digital.

6.2. Legislación vigente

Según la política de contenidos digitales, el escenario propicio para implementar estos contenidos en Colombia está establecido en la ley 1341 de 2009 donde se definen los principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las tecnologías de la información y las telecomunicaciones (TIC).

Para fomentar los contenidos digitales es Estado reconoce que el acceso y el uso de las TIC junto al desarrollo de contenidos y aplicaciones son esenciales para fortalecer las sociedades de la información y el conocimiento. Mediante esta ley el Estado declara que *“la investigación, el fomento la promoción de las TIC son una política de Estado que involucra a todos los sectores y niveles de la administración pública y de la sociedad, para contribuir al desarrollo educativo, cultural económico, social y político e incrementar la productividad, la competitividad, el respeto a los derechos humanos inherentes y la inclusión social”*. (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2009)

Con respecto al código penal Tebeo Digital se acoge a la ley 1273 de 2009, que trata de la modificación de este y de la implementación de un nuevo bien jurídico para la protección de la información y de los datos. Aquí se fijan varios delitos tales como: Acceso abusivo a un sistema informático, obstaculización ilegítima a un sistema informático o red de

telecomunicación, daño informático, uso de software malicioso, hurto de medios informáticos y semejantes, entre otros. (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2009)

7. Viabilidad Social

7.1. Delimitación del proyecto en el plan de gobierno.

Según el plan de Gobierno del Presidente de Colombia Juan Manuel Santos:

*En la visión y objetivos del plan nacional de desarrollo 2014-2018 se establece que **Las TIC se constituirán en uno de los ejes fundamentales del desarrollo sostenible del país, la creación y transmisión del conocimiento, al tiempo que impactarán en todos los sectores de la economía**, contribuyendo a aumentar la productividad, la competitividad, la disminución de pobreza, la inclusión social, la equidad, la participación democrática y la transparencia.*

Colombia se convertirá en líder en el desarrollo de aplicaciones y contenidos digitales para el desarrollo social.** Esto permitirá contribuir con las TIC a la reducción de la pobreza, a la generación de empleo, y a convertir a la industria TIC colombiana en líder mundial en la exportación de este tipo de aplicaciones y contenidos. **El énfasis estará en el desarrollo de aplicaciones para sectores con alto impacto en la paz y la equidad como son agricultura, educación y salud, así como en la apropiación de TIC en las Mipymes colombianas.

***Las TIC permitirán superar las barreras geográficas, fortaleciendo la presencia del Estado en la totalidad del territorio**, garantizando que todos los ciudadanos puedan beneficiarse de su oferta social y de servicios tales como la justicia, la salud y/o la educación, encontrando soluciones a sus principales necesidades a través del uso, acceso y apropiación de las TIC en*

condiciones de calidad, y aprovechando las oportunidades que éstas les brindan para lograr un desarrollo económico inclusivo.

*El número de estudiantes que ingresan a las universidades o instituciones de formación tecnológica es decreciente, mientras que la demanda de la industria va en ascenso. A mediano plazo se generará un déficit de profesionales para esta industria, por lo que existe la necesidad de fortalecer la oferta de profesionales TI, en cantidad y calidad. Adicionalmente, **se requiere fortalecer la formación de profesionales TI con competencias blandas tales como la comunicación, el trabajo en equipo, la interacción con los clientes y el inglés de negocios.***

*Emprendimiento TIC: Como se evidenció en el diagnóstico, **existen bajos niveles de apropiación en aplicaciones productivas, lo que desemboca en una baja generación de contenidos y aplicaciones de este tipo, cuyo efecto ha sido que el mercado se limite a producir y consumir contenidos y aplicaciones básicas, dirigidas principalmente a las comunicaciones y el entretenimiento. Para ello el Ministerio de TIC continuará con el programa de fomento al emprendimiento en TIC “Apps.co”, robusteciéndolo con un mayor enfoque de apoyo a emprendedores, incentivando la participación de inversionistas privados y beneficiando a más de 40.000 nuevos emprendedores. Igualmente, se pondrá a disposición de los emprendedores las herramientas necesarias para el desarrollo, producción y creación de Contenidos Digitales, impulsando la red nacional de ViveLabs. Lo anterior permitirá ubicar a Colombia en la frontera regional en emprendimiento TI y aumentar el número de empresas para llevarlo a estándares internacionales.*** (Departamento Nacional de Planeación , s.f.)

De acuerdo a los puntos anteriormente mencionados establecidos en el Plan de Gobierno Nacional el Ministerio de Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones en Colombia (MINTIC) juega un rol muy importante para la economía y fortalecimiento de varios sectores

del país al ser fuente de prosperidad y evolución a través de las diversas herramientas que acogen sus planes.

Tebeo Digital está amparado bajo todas las normas y beneficios del (MINTIC), siendo así que la conformación de nuestra empresa aportaría al desarrollo y crecimiento de la industria tecnológica y al mismo tiempo aportaría al crecimiento del sector económico primario de Colombia dedicado a todas las actividades encaminadas a la obtención de recursos naturales.

7.2. Delimitación del proyecto en el plan de productividad y competitividad Colombia 2019-2032

“En 2032 Colombia será uno de los tres países más competitivos de América Latina y tendrá un elevado nivel de ingreso por persona equivalente al de un país de ingresos medios altos, a través de una economía exportadora de bienes y servicios de alto valor agregado e innovación, con un ambiente de negocios que incentive la inversión local y extranjera, propicie la convergencia regional, mejore las oportunidades de empleo formal, eleve la calidad de vida y reduzca sustancialmente los niveles de pobreza”.

Las Estrategias de la política de competitividad La Comisión Nacional de Competitividad ha identificado cinco lineamientos estratégicos para alcanzar la visión propuesta en el año 2032 dentro de la Política Nacional de Competitividad y lograr la transformación productiva que requiere el país:

Desarrollo de sectores de clase mundial: El desarrollo de sectores de clase mundial ha sido una estrategia central en países que han logrado insertarse exitosamente en los mercados mundiales y aumentar significativamente el ingreso per cápita y el nivel de vida de la

población. Dado que son grandes generadores de ingreso, el desarrollo de sectores de clase mundial impulsa la demanda interna y la expansión de otros sectores como el sector financiero, las telecomunicaciones, los servicios públicos y la construcción, entre otros.

Salto en la productividad y el empleo: Los incrementos en la productividad del país necesarios para alcanzar la visión propuesta requieren, además del impulso de sectores de clase mundial, el incremento en la productividad y el empleo en los sectores más intensivos en mano de obra.

Formalización laboral y empresarial: Apenas el 40% del empleo en Colombia es formal. Un empleo formal es 5.6 veces más productivo que el mismo empleo en la informalidad. La informalidad afecta el bienestar general, la capacidad de crecimiento del sector formal y la generación de empleo de calidad.

Estímulo al desarrollo de la ciencia, la tecnología y la innovación: La experiencia internacional ha demostrado que los procesos de transformación productiva y desarrollo han sido edificados sobre sociedades capaces de innovar, crear y proponer al mundo nuevos productos con base en nuevo conocimiento. Ser competitivos y tener un país próspero implica crear condiciones para la ciencia, la tecnología y la innovación.

Desarrollo de estrategias para la promoción de la competencia y la inversión: Para lograr la visión planteada es necesario generar un ambiente que promueva la competencia y atraiga la inversión. (Consejo Privado de Competitividad, s.f.)

Siguiendo las estrategias y lineamientos planteados por el Consejo de Competitividad Nacional con el fin de alcanzar la meta propuesta para el 2032 de ser uno de los tres primeros países más competitivos de Latinoamérica:

Tomando como referencia parte de este estudio, hemos identificado que los servicios en medios cuentan con un alto porcentaje de exportaciones según Ministerio de las Tecnologías y Comunicaciones se espera que para finales de este año las exportaciones lleguen a los 50 millones de dólares. Si bien no está dentro de nuestros objetivos a corto plazo, no se descarta la posibilidad de trabajar con otros países.

Siguiendo estos lineamientos, buscaremos de la mano de entidades que apoyen el sector digital brindar oportunidades de trabajo, de manera legal, dentro de los cuales se brindará bajo la reglamentación del Ministerio del Trabajo que los colaboradores cuenten con todo lo dispuesto bajo sus normativas y se encuentren en un lugar idóneo para trabajar.

Teniendo en cuenta el sector en el que nos estamos vinculando, de antemano sabemos que los principales retos son: estar en constante innovación, generar nuevas ideas, permanecer fusionados y a la vanguardia con las nuevas tecnologías.

7.3. Integración del proyecto a lineamientos sectoriales.

Se tomarán en cuenta y nos ajustaremos a los fundamentos principales de la política general de seguridad digital en Colombia, para mantener íntegra y garantizar la seguridad de nuestros clientes y a su vez la de los usuarios.

Salvaguardar los derechos humanos y los valores fundamentales de los individuos, incluyendo la libertad de expresión, el libre flujo de información, la confidencialidad de la información y las comunicaciones, la protección de los datos personales y la privacidad, así como los principios fundamentales consagrados en la Constitución Política de Colombia.

Adoptar un enfoque incluyente y colaborativo que involucre activamente a todos los actores de interés, siendo éstos el Gobierno Nacional y los territoriales, las organizaciones públicas y privadas, la academia y la sociedad civil, y que permita establecer condiciones para el desarrollo eficiente de alianzas, con el fin de promover la seguridad digital en el país.

Asegurar una responsabilidad compartida entre todos los actores de interés promoviendo la máxima colaboración y cooperación en la gestión del entorno digital.

Adoptar un enfoque basado en la gestión de riesgos, que permita a los individuos el libre, seguro y confiable desarrollo de sus actividades en el entorno digital, y así fomentar la prosperidad económica y social, buscando la generación de riqueza, innovación, productividad, competitividad, y empleo en todos los sectores de la economía. (Consejo Nacional de Política Económica y Social, 2016)

7.4. Impacto económico, social y ambiental en la región.

7.4.1. Impacto económico

Los medios publicitarios son un aporte al desarrollo de la economía, estos se han consolidado como un componente que complementa al sector productivo de la economía y se ha convertido en un elemento para la comercialización de bienes y servicios.

Las empresas invierten buscando dar a conocer sus bienes y servicios esto representa un ingreso para las empresas publicitarias, medios de comunicación y otras empresas que componen la infraestructura de la publicidad. Generando una fuerte inversión en negocios y contratación de

personal, que en muchas oportunidades no son considerados por la administración de las organizaciones, ni como aporte a la industria.

Al ser una actividad empresarial productora de servicios, es considerada como herramienta para el aumento de la demanda de sus productos y ampliar su participación en el mercado. Esto incita a que las empresas compitan de una manera más fuerte, pudiendo ser, con el incremento de la calidad en sus productos o la capacidad de su oferta. Esto hará que se genere un crecimiento económico en nuestro caso específicamente en el sector agroindustrial.

Este servicio permite generar una diferencia de los productos del resto de competidores a través de la marca. Identificando el producto con su marca o generando una 'imagen de su marca a través de este.

7.4.2. Impacto Social

Nuestros objetivos de contribución a la sociedad están enfocados a brindar un bienestar a la comunidad del sector agroindustrial, buscando que sus procesos y la calidad de sus productos sean reconocidos por la sociedad. De igual manera buscamos fortalecer la identidad del país a través de contenidos digitales que muestren los procesos que se llevan a cabo para contribuir a la economía y el bienestar de los núcleos familiares en Colombia.

En el documento de Política nacional de seguridad digital realizado en el año 2016 por El Consejo Nacional de la Política Económica y Social (CONPES) plantea una visión sobre los objetivos de prosperidad económica y social del Gobierno junto a sus entidades públicas y privadas para defender y proteger el entorno digital.

El crecimiento del uso masivo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en Colombia, así como el incremento de los servicios disponibles en línea y la creciente participación de la sociedad en actividades económicas y sociales en el entorno digital han transformado la vida de todos y cada uno de los Colombianos, sin embargo el uso del entorno digital acarrea riesgos inherentes de seguridad digital que deben ser gestionados. En tan sólo un día (7 de enero de 2016), la empresa de servicios de consultoría para la respuesta a incidentes Intel Security Foundstone monitoreo un total de 8.128 incidentes de seguridad digital en Colombia. (Consejo Nacional de Política Económica y Social, 2016)

7.4.3. Impacto Ambiental

De acuerdo a un análisis realizado por el Gerente de Ingeniería de Logicalis Latín América el efecto que tienen las TIC en el medio ambiente y a la percepción general que se tiene frente al impacto que generan indica que son las grandes máquinas las que producen la mayor cantidad de CO₂ (Dióxido de Carbono).

Adicionalmente hace referencia a que “el uso de internet representa el 5.4% de toda la energía consumida en el mundo entero y en términos energéticos representa más CO₂ que todas las aerolíneas existentes juntas.” De igual manera estipulan que para el año 2020 la TIC reduzcan la emisión de CO₂ en un 22%. (Logicalis Latin America, s.f.)

El aporte de nuestro proyecto va ser considerable en cuanto a los avances tecnológicos que surjan, de igual manera se proyectará la opción de un teletrabajo con el objeto de disminuir el transporte que usan diariamente para dirigirse al lugar de trabajo, así disminuyendo el uso de automóvil lo cual contribuirá en la reducción del CO₂ en mínimas cantidades.

8. Validaciones

8.1. Validación Técnica

De acuerdo a nuestro plan de negocio y modelo financiero el cuales se encuentra dentro del anexo 3, la inversión a realizar dispondrá de diferentes equipos e implementos para la adecuada realización de los servicios que ofrecemos.

8.1. Validación Financiera.

Se encontrará en el anexo 3, donde están reflejados los resultados financieros.

8.3. Validación Comercial.

Tebeo Digital se especializará en la generación de estrategias digitales para pequeñas y medianas empresas del sector agroindustrial que tengan sede principal en la ciudad de Bogotá para el posicionamiento de marcas a través de contenidos animados. En esta plaza el sector agroindustrial y agropecuario tienen alrededor de 24.900 empresas constituidas, de las cuales Tebeo Digital abordará al 0,2 % de estas, es decir la lista de clientes potenciales será de 49 empresas reales para presentar nuestro plan de negocio y concretar la prestación de nuestro servicio.

9. Conclusiones y recomendaciones

- Los estudios preliminares determinan que la situación actual del mercado es ideal para la creación de una agencia digital enfocada al marketing de contenidos. La demanda en este tipo de mercado tan especial ha experimentado un continuo crecimiento durante los últimos años, con lo cual la principal estrategia de posicionamiento será: excelente calidad de servicio a precios muy competitivos.
- Tomando como referencia que la demanda actual en la ciudad de Bogotá es de 400.000 empresas y que 9 de cada 10 empresas están invirtiendo alrededor del 25 % de su presupuesto para publicidad a los medios digitales, viéndose esto reflejado en la inversión total anual que alcanzó el año inmediatamente anterior un monto de \$278.616.940.552.
- En el mercado colombiano las tendencias y los hábitos de consumo en medios digitales tiene un comportamiento de crecimiento proporcional a la tecnología. Las actividades virtuales son virales en Colombia, los medios tradicionales como la televisión se han visto afectados porque han sido desplazados en un gran porcentaje con el ingreso de los videos digitales al mercado. Es decir en Colombia un 80% de los usuarios consume videos On demand frente a un 66% que consumen televisión.
- Podemos deducir que Bogotá se ha posicionado dentro las mejores ciudades como uno de los mercados potenciales para hacer negocios, ya que es el motor que mueve gran

porcentaje de la economía nacional, ocupando a nivel latinoamericano el 4 puesto dentro de las ciudades más competitivas.

- La oferta que ofrece el sector y que se tendrá como competencia está estimada en un total de 68 agencias, que realizan actividades en el sector digital.
- Este sector contribuye al desarrollo de la economía por su alta participación en la exportación, teniendo como referente que para el 2014 tan solo las exportaciones en Colombia generaron alrededor de \$109.011.168.532 millones de pesos.
- Las principales agencias competidoras están desarrollando estrategias que tienen como fin causar proximidad entre la marca y sus usuarios a través de diferentes herramientas de trabajo y productos complementarios para causar mayor impacto a sus clientes. Con diversidad en su portafolio de productos tienen como fin impactar a las masas mediante la transformación de realidades a experiencias virtuales de la mano de la tecnología y las diversas plataformas virtuales.
- Tebeo Digital no solo desarrollará contenidos digitales animados efectivos, también contribuirá al desarrollo social y el fortalecimiento de la identidad del país mediante nuestra labor, buscando resaltar el trabajo de colombianos en los diferentes sectores económicos. A través de canales digitales nuestra estrategia posicionará a las marcas en el corazón de los consumidores.

- El sector agroindustrial anualmente invierte más de 12 mil millones de pesos y se ve beneficiado al invertir en el sector digital ya que este también está creciendo a un ritmo favorable.
- Tomando en cuenta nuestro modelo de negocio y que buscamos tener una relación estrecha con nuestros clientes nuestra estrategia de distribución será directa. De igual manera buscamos brindar seguridad tanto a clientes como usuarios a través de las políticas establecidas.
- Siendo el sector agroindustrial nuestro mercado objetivo y el cual cuenta con 24.900 empresas registradas, atenderemos al 02% de estas empresas, ya que no evidenciamos algún registro de competencia que atienda a este sector específico, esperamos en un corto plazo poder llegarle a un porcentaje más alto.
- Los precios establecidos para el producto se realizaron de acuerdo a datos proporcionados por Adgora Colombia y de algunas agencias publicitarias frente a los costos de producción de ilustraciones y material audiovisual.
- Las estrategias planteadas en el DOFA están enfocadas en el apoyo por parte de otras instituciones, incluyendo el de la Fundación Universitaria Los Libertadores en donde tendremos la oportunidad de hacer uso de sus equipos y de encontrar posibles talentos que aporten al desarrollo eficaz de los proyectos que surjan. De igual manera estrategias que al estar enfocadas en un sector específico nos ayudarán a no ser desplazados por la competencia. Y por último se evidenció que el hecho de contar con

un excelente grupo de trabajo a través de este se lograra generar contactos eficaces con los posibles clientes y tener un excelente clima laboral, para dar excelentes resultados en el desempeño de los servicios ofrecidos.

- Para garantizar la seguridad del material producido tanto desde nuestra agencia como desde nuestro cliente, nos regiremos bajo el colombiano de Autorregulación Publicitaria (Conarp), y bajo contratos de confidencialidad que respaldarán cada uno de los trabajos realizados.
- De acuerdo a los resultados financieros se evidencia que durante el primer año en el mes de septiembre se iniciara la recuperación parcial de la inversión inicial con un saldo final de \$37.445.890, para el cierre de este año se verá reflejado un incremento a favor con un total de \$60.119.920.
- Durante los siguientes 2 años este saldo final será en números negativos debido al pago de impuestos anuales que afectan directamente los gastos al año siguiente, pero a partir del cuarto año cumpliendo las estrategias establecidas y los objetivos, se verá la recuperación total, donde al cierre del quinto año Tebeo Digital tendrá utilidad final de \$235.820.091.
- A modo de conclusión general, considerando que en este trabajo se han planteado y analizado la gran mayoría de las variables que influyen en la creación de esta empresa dedicada al sector digital. Adicionalmente se ha podido determinar que el proyecto es fuertemente viable, habiendo obtenido muy buenos valores de los indicadores financieros que animan a la solidificación de este proyecto.

- Una de las grandes dificultades radica en la inversión inicial necesaria ya que para llevar el proyecto a la realidad hay algunos obstáculos en cuanto a las condiciones para recibir préstamos a una empresa en formación sin contar con un aval o garantía es complicado.
- Se buscará en caso tal no lograr el aporte inicial directamente por los socios esta inversión sea subsanada con un importante aporte de capital por parte de un “ángel inversor” que posibiliten el lanzamiento del proyecto.
- Este plan de negocios es la “carta de presentación” para intentar vender la idea de este proyecto. Así mismo una vez que la empresa esté en funcionamiento se desarrollarán a fondo todas las ideas planteadas sobre Comercialización, Producción y Organización.

BIBLIOGRAFÍA

- 10 Cámara de Comercio de Bogotá. (09 de 2014). Obtenido de
[file:///C:/Users/Silvia/Downloads/Informe%20de%20Posicionamiento%20competitivo%20de%20Bogot%C3%A1%202014.%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/Silvia/Downloads/Informe%20de%20Posicionamiento%20competitivo%20de%20Bogot%C3%A1%202014.%20(5).pdf)
- Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). *Cámara de Comercio de Bogotá*. Obtenido de
<http://www.ccb.org.co/Fortalezca-su-empresa/Apuesta-sectorial-de-la-CCB/Agropecuario-y-agroindustrial>
- Consejo Nacional de Política Económica y Social. (22 de 01 de 2016). Obtenido de
http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-14481_recurso_1.pdf
- Consejo Privado de Competitividad. (s.f.). Obtenido de
<http://190.242.114.8:8081/jspui/bitstream/11146/508/1/1753-VISION-2032-Consejo%20Privado%20de%20Competitividad%201.pdf>
- Departamento Nacional de Planeación . (s.f.). Obtenido de
<https://colaboracion.dnp.gov.co/cdt/prensa/bases%20plan%20nacional%20de%20desarrollo%202014-2018.pdf>
- Logicalis Latin America. (s.f.). Obtenido de <http://www.la.logicalis.com/globalassets/latin-america/logicalisnow/revista-7/7impacto-de-las-tic-en-el-medio-ambiente.pdf>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (30 de 07 de 2009).
Obtenido de http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3707_documento.pdf

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (05 de 01 de 2009).

Obtenido de http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3705_documento.pdf

Publicidad & Mercadeo. (06 de 05 de 2016). *P&M*. Obtenido de

<http://www.revistapym.com.co/tendencias-habitos-de-consumo-video-digital-%20ims>

Puro Marketing. (09 de 2015). Obtenido de

(<http://www.puromarketing.com/10/25377/empresas-invierten-cada-vez-mas-marketing-contenidos-porque-funcionan.html>)

Supersociedades. (5 de 12 de 2008). Obtenido de

<http://www.supersociedades.gov.co/Web/Leyes/LEY%201258%20DE%202008%20SAS1.htm>